

## (TRADE)MARK MY WORDS! GONDOLATOK A VÉDJEJYOGI PARÓDIÁKIVÉTEL BEVEZETÉSÉNEK LEHETŐSÉGÉRŐL

„Denying parodists the opportunity to poke fun at symbols and names, which have become woven into the fabric of our daily life, would constitute a serious curtailment of a protected form of expression.”

L.L. Bean-döntés<sup>1</sup>

### I. BEVEZETÉS

A paródia megítélésének kérdése már 2016-tól, a DSM-javaslat<sup>2</sup> közzétételétől igen aktuális kérdéssé vált a szerzői jog területén, amely a CDSM-irányelv<sup>3</sup> 2019. évi elfogadásával valóban a szakmai érdeklődés homlokterébe került.<sup>4</sup> Az átültetés hazánkban 2021. június 1.

\* Dr. Perlusz Anna Szilvia az Igazságügyi Minisztérium Versenyjogi és Szellemi Tulajdonjogi Főosztályának vezető-kormányfőtanácsosa.

\*\* Dr. Ujhelyi Dávid, Ph.D. LL.M. az Igazságügyi Minisztérium Versenyjogi és Szellemi Tulajdonjogi Főosztályának vezetője, továbbá a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Karának megbízott oktatója. A jelen tanulmányban kifejtett gondolatok a szerzők saját véleményét tükrözik, azok nem azonosak a fenti intézmények álláspontjával. A szerzők ezúton szeretnének köszönetet nyilvánítani dr. Aczél-Partos Adriennek a jelen tanulmányban feldolgozott ítéletek összegyűjtésében nyújtott segítségével. Külön köszönet illeti dr. Faludi Gábort a tanulmányban foglalt alkotmánybírói döntések rendelkezésre bocsátásáért, és a kapcsolódó jogi kérdések megvilágításáért. A jelen tanulmányban hivatkozott internetes források utolsó elérési ideje egyévesen 2023. november 20. napja.

<sup>1</sup> L.L. Bean v. Drake Publishing, Inc., 811 F.2d 26, 34 (1st Cir. 1987). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59148cdbadd7b049345398b3>.

<sup>2</sup> Az Európai Parlament és a Tanács irányelvjavaslata a digitális egységes piacon a szerzői jogról (a továbbiakban: DSM-javaslat). COM(2016) 593 final, 2016. szeptember 14. Elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0593&from=EN>.

<sup>3</sup> A digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról szóló (EU) 2019/790 irányelv (a továbbiakban: CDSM-irányelv).

<sup>4</sup> Faludi Gábor: A paródia a szerzői jogban. In: *Köhidi Ákos, Keserű Barna Arnold* (szerk.): *Tanulmányok a 65 éves Lenkovich Barnabás tiszteletére. Eötvös József Könyv-és Lapkiadó, Győr; Budapest, 2015; Ujhelyi Dávid: Értem a viccet, csak nem szeretem, avagy van-e szükség paródiakivételre a magyar szerzői jogban? Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 12. (122.) évf. 3. sz., 2017. június; Ujhelyi Dávid: Rossz vicc? A szűkebb értelemben vett paródia megítélése a magyar szerzői jogban. In: *Koltay András, Darák Péter* (szerk.): *Ad Astra Per Aspera. Ünnepi kötet Solt Pál 80. születésnapja alkalmából. Pázmány Press – Kúria, 2017. Ujhelyi Dávid: „That escalated quickly”, avagy a háromlépcsős teszt és a paródia kapcsolódási pontjai – I-II. rész. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 14. (124.) évf. 6. sz., 2019. december, 15. (125.) évf. 1. sz., 2020. február; Ujhelyi Dávid: „Do you want some Tegrity?” A paródiacélú felhasználások megítélése a szerzői személyhez fűződő jogok tükrében. In *Medias Res, 2020. 1. sz.; Ujhelyi Dávid: A paródiakivétel szükségessége és lehetséges keretrendszere a hazai szerzői jogban. Ludovika Egyetemi Kiadó, 2021; Ujhelyi Dávid: A politikai paródia célját szolgáló felhasználások szerzői jogi megítélése. In *Medias Res, 2022. 1. sz.; Ujhelyi Dávid: The Long Road to Parody Exception in Hungarian Copyright Law – An Explorer’s Log. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 17. (127.) évf. 2. sz., 2022. április, p. 44–108.****

napijával valósult meg,<sup>5</sup> amely – jelen tanulmány szerzőinek reményei szerint – széles szakmai konszenzuson alapuló és időtálló, a véleményszabadságot megfelelően szolgálni képes rendelkezést, új szabad felhasználási esetet eredményezett a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (a továbbiakban: Szt.) 34/A. § (1) bekezdés b) pontjában.

Bár álláspontunk szerint kétségtelen, hogy a szerzői jogon belül a paródiával kapcsolatos kérdések rendezése több mint időszerű volt, a szellemi tulajdon-jog más területei – értve itt a formatervezésiminta-oltalmat és a jelen tanulmány homlokterében lévő védjegyjogot is – ugyancsak érintettek lehetnek az ilyen jellegű felhasználások (vagy talán helyesebben használat) által.

A védjegy mint árujelző fejlődéstörténetét tekintve hosszú utat járt be, amit jól mutat az a tény is, hogy az ilyen funkcióval használt megjelölések eredete máig homályba burkolózik. Ennek körében valószínűsíthető, hogy az árukön feltüntetett megjelölések egymással akár párhuzamosan, földrajzi tekintetben több területen is megjelentek.

Egyes szerzők a védjegyek vélhetően első megjelenését a Kr. e. 2700-as évekbeni kínai fazekasművészethez kötik,<sup>6</sup> ahol a finom agyagműveken a készítőék neve is feltüntetésre került, feltehetően abból a célból, hogy a potenciális vásárlóközönség meghatározott alkotóhoz és ezzel meghatározott színvonalhoz, minőséghez kapcsolja az egyes kézműves termékeket.<sup>7</sup>

A védjegyek kialakulása ugyanakkor más térségekben – de hasonló, megkülönböztető funkciót előtérbe helyező módon – is tetten érhető. Az egyiptomi és mezopotámiai kultúrában az alkotók a nevük feltüntetése helyett különböző figuratív, olykor nonfiguratív jelzésekkel láttak el különböző téglákat és csempéket; ezek a jelzések főleg a származás megjelölését, illetve az éppen regnáló uralkodó beazonítását szolgálták, olykor pedig azt voltak hivatottak reprezentálni, hogy a különböző anyagok, illetve építőelemek melyik „építkezési projekt” részét képezték.<sup>8</sup>

A korai védjegymegjelenések ugyanakkor nem korlátozhatóak pusztán a használati tárgyak körére, számos művész alkalmazta a különböző ábrás jelzéseknek az elhelyezését egyfajta minőségrepresentálás érdekében. Az ilyen korai értelemben vett védjegyek megjelenése természetesen életre keltette a korai „védjegybitorlásokat” is, amit mi sem mutat jobban, mint az Albrecht Dürer festményeken látható „AD” ábrás jelzés másolása és jogosulatlan

<sup>5</sup> L. a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény és a szerzői jogok és a szerzői joghoz kapcsolódó jogok közös kezeléséről szóló 2016. évi XCIII. törvény jogharmonizációs célú módosításáról szóló 2021. évi XXXVII. törvényt.

<sup>6</sup> Leon E. Daneils: Words Worth Millions – Their Origin and Ancestry. TM Bulletin, 1928, 23. sz., p. 183.

<sup>7</sup> John H. Merchant: Trade Marks – Past and Present. Journal of the Patent Office Society, 36. évf. 5. sz., p. 342., 1927.

<sup>8</sup> Sidney A. Diamond: The Historical Development of Trademarks. The Trademark Reporter, 73. évf. 3. sz., 1983, p. 225 és Vida Sándor: Árujelzők az ókorban. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 15. (125.) évf. 3. sz., 2020. június, p. 79. Elérhető: <https://www.sztjh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2020-3/vidasandor.pdf>.

használata, ami egy 16. század eleji pervitát váltott ki Dürer és Marc' Antonino Raimondi között.<sup>9</sup> Noha a jogsértések miatti kézlevágás már ebben az időben is lehetséges szankciónak minősült,<sup>10</sup> a művészek közötti konfliktus nem ezzel a körülménnyel vívta ki a figyelmet. A szóban forgó jogvita kitűnően rámutatott többek között arra is, hogy a védjegyeknek a kiemelt jelentősége a magasabb, olykor megbízhatóbb minőséget jelző funkcióban, a fogyasztók elérésében és a hírnév építésében rejlik, ezek együttesen a későbbi védjegyfejlődésnek<sup>11</sup> immanens magját és a paródia európai uniós elutasításának egyik bázisát is jelentik számos esetben.

A paródia kapcsolata a szellemitulajdon-joggal meglehetősen kiterjedt múltra, jelenre és jövőre tekint, a megjelenése pedig számos területen, így többek között a védjegyek körében is megjelenik: a védjegy és a paródia találkozása ennél fogva nem számít új keletű jelenségnek, a legrégebbi védjegyek sem kerülhették el, hogy a véleménynyilvánítás humoros vagy gúnyos tárgyát képezzék. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint a Stella Artois 1366-os, illetőleg a Löwenbrau 1388-as eredetű megjelölése, amelyeknek kiterjedt múltjuk sem képezhetett pajzsot a vélemény szabadság kinyilvánítása ellen. A Stella Artois a „Smella Arpaw” elnevezésű – és nevéből adódóan magáért beszélő – kutyajáték,<sup>12</sup> míg a Löwenbrau a közkedvelt Futurama című sorozatban szereplő „Löbrau” alkoholos ital paródiájának képében köszönt vissza a közönség számára, ahol a kiejtés szerinti „loo-brow” az angol toalett szó szinonimáját reprezentálja.<sup>13</sup>

Tudva azt, hogy a védjegyparódia a szellemitulajdon-jog területén napjaink olyan meghatározó jelensége, amely az Egyesült Államok joggyakorlatában széles körű elfogadottságnak örvend, joggal merül fel a kérdés, hogy vajon a jelenlegi európai uniós szabályozás mennyiben viszi előre a védjegy jog fejlődését, valamint hogy a paródiakivétel nélküli elnyerése mennyire lehet elfogadható a modern védjegy jog esetjogának tükrében. Különösen relevánsnak minősül e téma felvetésének fényében, hogy a formatervezésiminta-oltalmak területén 2022-ben megjelent irányelv<sup>14</sup> és rendeletjavaslatok<sup>15</sup> a dizájnparódia mint kivétel szabá-

<sup>9</sup> Peter J. Karol: Albrecht Dürer Enforcement Actions: A Trademark Origin Story. *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*, 25. évf. 3. sz., 2023, p. 430.

<sup>10</sup> *Diamond*: i. m. (8), p. 236.

<sup>11</sup> A hazai védjegy jog fejlődéséről l. *Vida Sándor*: A magyarországi védjegyoltalom története. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 7. (117.) évf. 4. sz., 2012. augusztus, p. 52–58. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201204-pdf/05.pdf>.

<sup>12</sup> *VIP Prods. LLC v. Jack Daniel's Props., Inc.* (a továbbiakban: Jack Daniel's-ügy), 953 F.3d 1170, 1172 (9th Cir. 2020). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/626ac290714d58bb000a0ce7>.

<sup>13</sup> Löbrau. *Futurama.fandom.com*. Elérhető: <https://futurama.fandom.com/wiki/LöBrau>.

<sup>14</sup> Az Európai Parlament és a Tanács irányelvjavaslata a formatervezési minták oltalmáról. Brüsszel, 2022.11.28. COM (2022) 667 final (a továbbiakban: DRD).

<sup>15</sup> Az Európai Parlament és a Tanács rendeletjavaslata a közösségi formatervezési mintáról szóló 6/2002/EK tanácsi rendelet módosításáról és a 2246/2002/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről. Brüsszel, 2022.11.28. COM (2022) 666 final (a továbbiakban: DRR).

lyozására tesznek javaslatot, holott a gyakorlat nem feltétlenül katalizálta olyan mértékben a kivétel beépítésének szükségességét, mint ahogy az a védjegyek területén látható.

Jelen tanulmány, érzékelve a gyakorlati kihívásokat és az azokra adott jogi válaszok potenciális hiányát, annak elemzésére vállalkozik, hogy az uniós és a hazai paródiamegközelítés mennyiben helytálló, van-e szükség és lehetőség a védjegyparódia hazai bevezetésére, illetőleg hogy akad-e mód arra, hogy a védjegyparódia körüli esetleges bizonytalanságokat redukálni lehessen. Ennek körében a II. fejezet a nemzetközi és uniós szabályozással foglalkozik, a III. fejezet ismerteti az Egyesült Államok releváns jogforrásait és bírói gyakorlatát, míg a IV. fejezet bemutatja a hazai megközelítést, amelyet az V. fejezetbe foglalt konklúzió zár.

## II. AZ IPARJOGVÉDELMI KORLÁTOK NEMZETKÖZI ÉS UNIÓS KERETRENDSZERE

A paródia védjegyjogi megítélése vonatkozásában alapvetően két nagyobb kérdéskör bír kiemelt jelentőséggel: az elsődleges szempont, amelyet vizsgálat alá kell venni, hogy van-e akadály a már védjegyjog alatt álló megjelölés paródiáját megvalósító megjelölés lajstromozásának; ezt követően pedig szükséges annak górcső alá vétele is, hogy a védjegyjog-sult felléphet-e védett megjelölésének paródiacélú használata ellen; a nemzetközi, uniós és a hazai jogforrások ismertetésére ebből a szemszögből kerül sor.

### II.1. Nemzetközi jogforrások

1. *A Párizsi Uniós Egyezmény.* Nem meglepetés, hogy az *ipari tulajdon oltalmáról szóló Párizsi Uniós Egyezmény*<sup>16</sup> (a továbbiakban: PUE) a paródiacélú használat tekintetében nem tartalmaz közvetlenül releváns rendelkezést, ez ugyanakkor nem jelenti azt, hogy ne lennének azonosíthatóak közvetetten releváns szabályok.

Így a PUE 6<sup>bis</sup> cikke<sup>17</sup> a jó hírnevű (*well-known*) – vagy a PUE magyar fordítása szerint köztudomású, közismert – védjegyekkel kapcsolatos rendelkezést szabályozza, amelynek értelmében a jó hírű védjeggyel összetéveszhető megjelölés lajstromozását meg kell tagad-

<sup>16</sup> Magyarországon kihirdette az ipari tulajdon oltalmára létesült uniós egyezmények 1967. július 14-én Stockholmban felülvizsgált, illetve létrehozott szövegének kihirdetéséről szóló 1970. évi 18. törvényerejű rendelet. A vizsgálat tárgyává tett angol nyelvű szöveg elérhető: <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/288514>.

<sup>17</sup> PUE 6<sup>bis</sup> cikk „Az unió országai kötelezik magukat arra, hogy – ha ezt az ország jogszabályai megengedik – hivatalból, vagy pedig az érdekelt kérelmére megtagadják vagy hatálytalanítják annak a gyári vagy kereskedelmi védjegynek lajstromozását, és használatát is megtiltják, amely összetévesztésre alkalmas másolata, utánzata vagy fordítása olyan védjegynek, amelyről a lajstromozás vagy a használat szerint illetékes ország hatáskörrel bíró hatóságának megítélése szerint ebben az országban köztudomású, hogy az olyan személyt illet, aki ebben az egyezményben foglalt kedvezményekre jogosult, és hogy azt azonos vagy hasonló áruk megjelölésére alkalmazzák. Ugyanez a következménye annak is, ha a védjegyek lényeges része az ilyen közismert védjegy másolata vagy összetévesztésre alkalmas utánzata”.

ni, vagy a lajstromozott védjegyet hatálytalanítani kell. *A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény* (a továbbiakban: Vt.) 4. § (1) bekezdés c) pontja – amely többek között a PUE hivatkozott rendelkezésének való megfelelést is szolgálja – egyértelművé teszi, hogy a jó hírű védjegyek ilyen védelme az eredeti védjegy árujegyzékére tekintet nélkül irányadó.<sup>18</sup> A paródiacélú hasznosítás – ahogyan a későbbiekben látni fogjuk – gyakran irányul közismert, potenciálisan jó hírű védjegyek használatára, így az esetleges jogsértés elbírálása során ezek a rendelkezések komoly relevanciával bírhatnak.

Ezen túlmenően ugyancsak közvetetten bírhat jelentőséggel a megjelölés paródiacélú használata tekintetében a PUE 9–10. cikke szerinti szankciós eszközrendszer, illetve a PUE 10<sup>bis</sup> cikkben<sup>19</sup> rögzített, a tisztességtelen verseny elleni fellépést biztosító rendelkezés, amely kifejezetten kiemeli az összetévesztésre alkalmas használatot; ez utóbbinak a paródia megítélése szempontjából ugyancsak kiemelt jelentősége lehet.

2. *A TRIPS-megállapodás.* Bár a TRIPS-megállapodás<sup>20</sup> sem tartalmaz kifejezetten a paródiacélú használatra vonatkozó rendelkezést, ugyanakkor 16. cikkében a védjegyjogosult számára biztosított kizárólagos jog határait pontosan kijelöli, miszerint „*a lajstromozott védjegy tulajdonosának kizárólagos jogában áll mindenkit megakadályozni abban, hogy engedélye nélkül a kereskedelemben azonos vagy hasonló megjelöléseket használjon olyan árukra vagy szolgáltatásokra, amelyek azonosak vagy hasonlóak azokhoz az árukhoz vagy szolgáltatásokhoz, amelyek vonatkozásában a védjegy oltalomban részesül, amennyiben az ilyen használat megtévesztésre alkalmas*”. A fentiekből szükséges kiemelni, hogy a kizárólagos jog alapvetően a megjelölésnek kereskedelemben való használatát fogja át, másrészt pedig hogy a használat akkor jogellenes, ha az megtévesztésre alkalmas. Ezen szempontok a paródiacélú felhasználások megítélése során különös relevanciával fognak bírni, mivel a megjelölés ilyen használata gyakran nem kereskedelmi jellegű – így tehát eleve nem érinti a kizárólagos jogokat –, másrészt pedig a paródia – bár értelemszerűen és szükségszerűen felidézi – jellemzően elhatárolódik az eredeti, védjegyoltalom alatt álló megjelöléstől, ez pedig fontos szempont lehet az esetleges jogsértés megítélésének körében.

A TRIPS-megállapodás 17. cikke a védjegyoltalommal kapcsolatos kivételek körében tisztázza, hogy „*[a] Tagok a védjegyoltalom hatálya alól meghatározott kivételekről rendel-*

<sup>18</sup> *Vida Sándor*: Egy jó hírű, híres védjegy – The Beatles. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 9. (119.) évf. 2. sz., 2014. április, p. 88. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201402-pdf/03.pdf>.

<sup>19</sup> PUE 10<sup>bis</sup> cikk „Meg kell tiltani nevezetesen minden olyan természetű cselekményt, amely bármilyen módon alkalmas arra, hogy valamelyik versenytárs telepével, áruival, vagy ipari, illetve kereskedelmi tevékenységével összetévesztésre vezessen.”

<sup>20</sup> A szellemi tulajdonjogok kereskedelmi vonatkozásairól szóló megállapodás (The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, a továbbiakban: TRIPS-megállapodás), Magyarországon kihirdette az Általános Vám- és Kereskedelmi Egyezmény (a továbbiakban: GATT) keretében kialakított, a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó Marrakesh-i Egyezmény és mellékleteinek kihirdetéséről szóló 1998. évi IX. törvény.

kezhetnek mint például a leíró jellegű kifejezések méltányos használata, feltéve, hogy az ilyen kivételek figyelembe veszik a védjegytulajdonos és harmadik felek jogos érdekeit". A szerzői jogi háromlépcsős teszttel ellentétben – amelyet a TRIPS-megállapodás 13. cikke szabályoz – a védjegyjogi rendelkezés csak annyi feltételt állít a jogalkotó elé – már ha ezen rendelkezés egyáltalán értelmezendő úgy, hogy a jogalkotónak szól –, hogy egyaránt figyelembe kell vennie a védjegyjogosult és a „harmadik felek” (*third parties*) jogos érdekeit. Ez a rendelkezés egyáltalán nem gördít komoly kihívásokat az új kivételek beiktatása elé, egy esetleges paródiakivétel tekintetében is megfelelő mozgásteret biztosít (különösen arra tekintettel, hogy az érdekegyensúlyozás<sup>21</sup> egyes szereplői, az érintett alapjogok és a védett értékek könnyen azonosíthatóak, ezáltal nehézség nélkül figyelembe is vehetőek: egyik oldalról a tulajdonhoz való jog mint a védjegyjogosult kizárólagos jogainak eredője, másik oldalon a szintén alkotmányos védelmet élvező véleményszabadság áll<sup>22</sup>).

## II.2. Az Európai Unió joga

1. *TMD és CTMR*. Az, hogy az uniós jogrendszer kiterjedt szabályozást alkosson a védjegy-jog tekintetében, a közelmúltban – egész pontosan a '80-as '90-es évek környékén – került középpontba. A szabályozás első állomásának a *védjegyekre vonatkozó tagállami szabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i, (EGK) 89/104/EGK tanácsi irányelv* (a továbbiakban: TMD),<sup>23</sup> valamint a *közösségi védjegyéről szóló, 1993. december 20-i, (EK) 40/94 tanácsi rendelet* (a továbbiakban: CTMR)<sup>24</sup> tekintendő. Mint ismert, ez utóbbi jogforrás hozta létre azt az egységes lajstromozási eljárást, amely garantálja az uniós védjegy (EUTM) egységes oltalmát az Európai Unió belső piacán.

2. *EUTMR és EUTMD*. A 2015. évtől kezdődően, részben a CTMR nem várt sikerének is köszönhetően, az uniós védjegy jog egyre inkább fókuszba került, ami a jogterület ismételt megújulásában csúcspontot ki;<sup>25</sup> ehhez kapcsolódóan pedig lényeges kiemelni a paródiával kapcsolatos szabályozási (vagy talán helyesebben: szabályozáskísérleti) vetületet, amely átvette és érintette az Európai Parlamentnek az akkori védjegyreformcsomaghoz kötődő javaslatait. *Az európai uniós védjegyéről szóló, 2017. június 14-i, (EU) 2017/1001 európai*

<sup>21</sup> Wojciech Sadurski: Allegro without Vivaldi: Trademark Protection, Freedom of Speech, and Constitutional Balancing. *European Constitutional Law Review*, 8. évf. 3. sz., 2012, p. 487.

<sup>22</sup> David S. Welkowitz: Trademark Parody after Hustler Magazine v. Falwell. *Communications and the Law*. 11. évf. 4. sz., 1989, p. 73.

<sup>23</sup> Elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:31989L0104>.

<sup>24</sup> Elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1994R0040:20080310:HU:PDF>.

<sup>25</sup> Bővebben I. Vida Sándor: Az európai védjegy jog felülvizsgálata – a Max Planck-tanulmány visszhangja. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 7. (117.) évf. 5. sz., 2012. október, p. 59–73. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201205-pdf/03.pdf>.

*parlamenti és tanácsi rendelet* (a továbbiakban: EUTMR) (21) preambulumbekzdésének utolsó mondata a védjegyjogi használati korlátozások (EUTMR 14. cikk) vonatkozásában kimondja, hogy „[e] rendeletet továbbá olyan módon kell alkalmazni, hogy biztosított legyen az alapvető jogoknak és szabadságoknak, és köztük is mindenekelőtt a véleménynyilvánítás szabadságának a teljes mértékű tiszteletben tartása”. Ez a nem normatív jellegű magyarázat kiemelt figyelmet fordít a véleményszabadság érvényesülésére, amely központi eleme lehet a paródiacélú védjegyhasználat uniós jogi megítélésének. *A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2015. december 16-i, (EU) 2015/2436 európai parlamenti és tanácsi irányelv* (a továbbiakban: EUTMD) – amely a nemzeti védjegyjogi rendelkezések harmonizációját szolgálja – (27) preambulumbekzdésének utolsó mondata érdemben azonos rendelkezést tartalmaz.

Külön érdemes felhívni a figyelmet arra, hogy a korai szövegverziókban a (21) preambulumbekzdés tartalmazott egy, a szólásszabadságra vonatkozó kitétel, amelyből kiolvasható egy olyan sugallat, ami a paródia méltányos használatára vonatkozó lehetséges uniós védelem kritériumaihoz vezethetett volna az uniós jogban. A javasolt szöveg értelmében „a védjegy harmadik személyek általi, művészi kifejezés céljából történő használatát tisztességesnek kell tekinteni, amennyiben az egyúttal összhangban van az ipari és kereskedelmi ügyekben alkalmazott tisztességes gyakorlattal. Továbbá ezt a rendeletet úgy kell alkalmazni, hogy az alapvető jogok és szabadságok, különösen a véleménynyilvánítás szabadságának teljes körű tiszteletben tartása biztosított legyen”,<sup>26</sup> azaz a preambulumban egy olyan bázis került megfogalmazásra, amely garantálja a szabadságjogok tiszteletben tartását, és teret enged a művészi kifejezés eszközeinek.<sup>27</sup> Érdekesség, hogy ez a szövegjavaslat a Nemzetközi Védjegy szövetség (a továbbiakban: INTA) ellenzése miatt került elvetésre, aminek következtében a paródiára vonatkozó javaslat kivételre került a végleges szövegverzióból. Érvelésében az INTA arra hivatkozott, hogy – a már a jelen tanulmány bevezetőjében is ismertetett – védjegyeknek a reputációját csorbító hatású lehet egy esetleges konkrét, nevesített paródiakivétel beiktatása, ennél fogva kifejezetten a jó hírű védjegyek elleni támadás

<sup>26</sup> Regulation 2015/2424 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2015 amending Council Regulation (EC) No 207/2009 on the Community trade mark and Commission Regulation (EC) No 2868/95 implementing Council Regulation (EC) No 40/94 on the Community trade mark and Commission Regulation (EC) No 2869/95 on the fees payable to the Office for Harmonization in the internal market (Trade Marks and Designs) [2016] L341/21. „[Use] of a trademark by third parties for the purpose of artistic expression should be considered as being fair as long as it is at the same time in accordance with honest practices in industrial and commercial matters. Furthermore, this Regulation should be applied in a way that ensures full respect for fundamental rights and freedoms and in particular the freedom of expression.”

<sup>27</sup> *Lisa Koetz Wildt: Placing humor in its right place: the need of a distinctive parody exception within EU Trademark Law. Master's Thesis, Uppsala Universitet, Department of Law, 2017, p. 11.*

megelőzése érdekében magasztosabb célt képvisel a paródia elvetése, mint behozatala az uniós jogba.<sup>28</sup>

Érdekes emellett az is, hogy az EUTMD jogalkotási folyamatában is volt az EUTMR-éhez hasonló olyan szövegverzió, amely az Európai Parlament javaslatára a 12. cikkben – a hatályos verzióban a szótárakban való védjegymegjelenítést szabályozza – normatív erővel is felruházva önálló védjegyjogi paródiakivétel kodifikációjára tett javaslatot, ugyanakkor ez a jogalkotási folyamat során – csakúgy, mint a (21) preambulumbekzdésben írtak – törlésre került.<sup>29</sup>

Abból, hogy az EUTMD és EUTMR kodifikációja során a paródiakivételre vonatkozó javaslat elhagyásra került, *a contrario* az a következtetés is levonható lenne, hogy az uniós jog nem ad teret a paródiacélú védjegyhasználat értékelésének, ugyanakkor álláspontunk szerint erről nincs szó.

Az EUTMR 8. cikk (1) bekezdés *a*) pontja alapján arra a következtetésre juthatunk, hogy a paródiacélzatú megjelölések lajstroma nem támogatott a jelenlegi szabályozási környezetben mikor a rendelkezés kimondja, hogy „*a korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha az a korábbi védjeggyel azonos, és az árujegyzékében szereplő áruk, illetve szolgáltatások azonosak a korábbi védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal*”.<sup>30</sup> Ezen rendelkezéshez hasonlóan az EUTMR 8. cikk (1) bekezdés *b*) pontja úgy rendelkezik, hogy „*a korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján a megjelölés akkor sem részesülhet védjegyoltalomban, ha azt azon a területen, ahol a korábbi védjegy oltalom alatt áll, a fogyasztók összetéveszthetik a korábbi védjeggyel való azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez*”.<sup>31</sup> A viszonylagos kizáró okok esetén tehát egy komoly korlát jelenik meg a paródia előtt, ott, ahol a megjelölések – az árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatások azonossága mellett – azonosak, vagy – az árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatások azonossága mellett – oly mértékben azonosak vagy hasonlóak a korábbi védjeggyel, hogy az a fogyasztók általi összetévesztésre adhat alapot. A védjegyparódia tekintetében beláthatjuk, hogy a megjelölések hasonlósága és összetéveszthetősége az, ami a konkrét esetben relevanciával bírhat (mivel a megjelölések azonossága paródiát nem, pusztán szolgálai másolást valósíthatna meg). Ugyanakkor fontos visszaemlékezni ezen a ponton a védjegyek reputációját védő gondolatokra is, mivel a megjelölés gondolati képzettársítás

<sup>28</sup> Lucas Fischer: Parody and Trademarks: A Comparative Analysis of EU and US Legislation and Case Law. TTLF Working Papers, No. 79, 2021, p. 9.

<sup>29</sup> Marta Carmona López: Should European Trade Mark Law Include an Explicit Parody Exception as a Limitation to Trade Mark Rights? A focus on consumers of trade marks with reputation. Master's Thesis, Uppsala Universitet, Department of Law, 2019, p. 13 és Fischer: i. m. (28), p. 9.

<sup>30</sup> EUTMR 8. cikk (1) bekezdés *a*) pont.

<sup>31</sup> EUTMR 8. cikk (1) bekezdés *b*) pont.



útján történő korábbi védjegyhez csatolása sérelmes lehet a korábbi védjegy jogosultjára nézve. A fenti rendelkezések tekintetében az EUTMD 5. cikk (1) bekezdés *a*) és *b*) pontja érdemben hasonló rendelkezéseket tartalmaz.

Még ennél is nehezebb akadályokat állít a paródia elé az EUTMR 8. cikk (5) bekezdése, amely a jó hírű védjegyek védelméről rendelkezik, és amelynek értelmében „*a korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján nem részesülhet továbbá oltalomban a korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés, függetlenül attól, hogy az árujegyzékben szereplő áruk, illetve szolgáltatások azonosak vagy hasonlóak-e vagy sem azokkal az árukkal vagy szolgáltatásokkal összevetve, amelyek tekintetében a korábbi védjegyet lajstromozták, feltéve, hogy korábbi európai uniós védjegy esetében a védjegy az Unióban, korábbi nemzeti védjegy esetében pedig a védjegy az érintett tagállamban jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét*”.<sup>32</sup> A jó hírű védjegyek esetén tehát már az árujegyzékben szereplő áruk és szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága sem kitétel, ezért a paródiának ezen a területen történő érvényesülése kifejezetten nehéz körülményként jelenhet meg. Ez különösen azért is érdemel figyelmet, mivel a paródiák központi elemükként sokszor pont a jó hírű védjegyeket veszik alapul, azonban mint ahogy arra már korábbiakban utaltunk, az ilyen jó hírű védjegyek reputációjának védelme kiemelt kérdésként kezelendő a jelenlegi szabályozásban.<sup>33</sup> Az EUTMD 5. cikk (3) bekezdés *a*) pontja érdemben hasonló rendelkezéseket tartalmaz.<sup>34</sup>

Azt láthatjuk tehát, hogy az uniós védjegy jog viszonylagos kizáró okainak terrénumán belül a paródiának nem sok hely marad a kibontakozásra, hiszen a védjegyparódia akarva-akaratlanul meg fogja valósítani azt a gondolati képzettársítást, aminek mentén a fogyasztók a megjelölést az eredeti, a paródia alapját képező védjegyhez kapcsolják. A fentiek alapján a korábbi védjegyekkel való (gondolati képzettársítás mentén vagy akár azt nélkülöző) összetéveszthetőség és a jó hírűség által biztosított szélesebb védelem mellett kevés esély mutatkozik arra, hogy egy oltalom alatt álló megjelölés paródiája a lajstromozási eljárásban sikeresen vegyen részt, így azt a következtetést kell levonnunk, hogy a kizáró okok rendszerében nincs mozgástér a védjegyparódia számára, azonban szükségesnek mutatkozik annak vizsgálata, hogy vajon a védjegyjoltalom tartalma alatt – azaz a kizárólagos jogok terjedelmére hagyatkozva – lehetne-e lehetőség egy, a védjegyparódia melletti érvrendszer felállítására.

<sup>32</sup> EUTMR 8. cikk (5) bekezdés.

<sup>33</sup> EUTMD (10) preambulumbekkezdése értelmében: „Alapvető fontosságú biztosítani, hogy a lajstromozott védjegyek az összes tagállami jogrendszerben ugyanolyan oltalmat élvezzenek. Az Unióban jóhírnévvel rendelkező európai uniós védjegyeknek nyújtott fokozott oltalommal összhangban nemzeti szinten is fokozott oltalmat kell biztosítani minden olyan lajstromozott védjegy számára, amely az érintett tagállamban jóhírnévvel rendelkezik.”

<sup>34</sup> EUTMD 5. cikk (3) bekezdés *a*) pont.

Az EUTMR 9. cikk (2) bekezdésének felvezető mondata rögzíti, hogy az uniós védjegy jogosultja kizárólagos jogai alapján olyan, engedély nélküli használattal szemben léphet fel, amely „gazdasági tevékenység körében árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban” valósul meg, ami a gazdasági tevékenység körén kívüli használatot kiemeli a védjegy jog hatálya alól.<sup>35</sup> Ez a paródiacélú védjegyhasználat tekintetében ugyancsak relevanciával bírhat, mivel az ilyen használat természetét tekintve könnyen eshet a gazdasági tevékenység körén kívülre, ezáltal pedig kívül eshet a védjegyjogosultnak a megjelölés felett gyakorolt kontrollján. Az EUMTD 10. cikk (2) bekezdésének felvezető mondata érdemben azonos rendelkezést tartalmaz.

A paródiacélú használat szempontjából ugyancsak fontos lehet az EUTMR 9. cikk (2) bekezdés *b*) pontja, amely a jogosult fellépési lehetőségét kiterjeszti a megjelöléssel összetéveszthetőségig hasonló megjelölésekre is, ideértve azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a védjegyhez. Ez a rendelkezés kulcsfontosságú lehet a paródia szempontjából, mivel a paródiacélú használat eredményeként létrejövő megjelölés jellemzően nem azonos a védjegy által oltalmazott megjelöléssel, ugyanakkor az összetéveszthetőség veszélye fennállhat; így tehát a kereskedelmi jellegű paródia tekintetében az eredeti megjelölés felidézése mellett figyelmet kell fordítani az attól való megfelelő mértékű elhatárolódásra is.<sup>36</sup> Az EUTMD 10. cikk (2) bekezdés *b*) pontja ebben az esetben is érdemben azonos rendelkezést tartalmaz.

Szintén releváns az EUTMR 9. cikk (2) bekezdés *c*) pontja, amely a jó hírnevű védjegyekről rendelkezik. Az ilyen megjelölések esetében ugyanis az oltalom tárgyi hatálya speciális módon túlterjeszkedhet az árujegyzék által kijelölt kereteken, olyan termék vagy szolgáltatási körök tekintetében is mozgásteret biztosítva a jogosultnak, amelyre a lajstrom szerint a védjegyoltalom nem terjed ki, ha a használat alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná az európai uniós védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét. Az Egyesült Államok jogrendszeréhez szokott szerzők nem teljesen alaptalanul látják ebben a *blurring* és a *tarnishment* nevű jogintézmény – amelyekről részletesen I. jelen tanulmány III.2. alfejezetét – uniós inkarnációját,<sup>37</sup> még ha a két jogintézmény célja és felépítése nem is feleltethető meg egymásnak teljes mértékben. Az EUTMD 10. cikk (2) bekezdés *c*) pontja érdemben azonos rendelkezést tartalmaz. Megjegyzendő, hogy a jó hírnevű védjegyek védelme és a *tarnishment* jogintézménye mutat hasonlóságokat a mű in-

<sup>35</sup> C-206/01 Arsenal Football Club plc v Matthew Reed [40] bekezdés. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-206/01>.

<sup>36</sup> David A. Simon: The Confusion Trap: Rethinking Parody in Trademark Law. Washington Law Review, 88. évf. 3. sz., 2013, p. 1026.

<sup>37</sup> Fischer: i. m. (28), p. 16.

tegritásának védelméhez fűződő szerzői személyhez fűződő joggal,<sup>38</sup> ahol a védelem egyik szempontja a jogosult jó hírvének védelme.<sup>39</sup>

3. DRR és DRD. Az Európai Bizottság 2022. november 28. napján tette közzé az Európai Unió dizájnreformcsomagját, amely egy irányelvi (*dizájn reform directive*, a továbbiakban: DRD) és egy rendeleti szintű (*dizájn reform regulation*, a továbbiakban: DRR) javaslatot tartalmaz. A DRD 18. cikk (1) bekezdés e) pontja alapján a formatervezésiminta-oltalomból eredő jogok nem gyakorolhatók a „véleménynyilvánítás, bírálat vagy paródia céljából végzett cselekmények” tekintetében. Ezzel a rendelkezéssel szinte szövegazonos javaslatot tartalmaz a DRR 20. cikk (1) bekezdés e) pontja. A releváns, tartalmukban ugyancsak megegyező preambulumbekendések<sup>40</sup> sem a kivétel bevezetésének indokai, sem annak értelmezése vonatkozásában nem adnak különösebb kapaszkodót, csupán annyit említenek, hogy „[a] lajstromozott formatervezésiminta-oltalom által biztosított kizárólagos jogokat megfelelő korlátozásoknak kell alávetni. ... a megengedett felhasználások felsorolásának tartalmaznia kell ... a véleménynyilvánítás, bírálat vagy paródia céljából történő felhasználást, feltéve, hogy ezek a cselekmények összeegyeztethetők a tisztességes kereskedelmi gyakorlattal, és nem akadályozzák indokolatlanul a formatervezési minta rendeltetészerű hasznosítását.”

Mind a DRD, mind a DRR a paródiakivétel tekintetében a javaslatok indokolása alátámasztásul felhívja<sup>41</sup> az Európai Unó Bíróságának (a továbbiakban: EUB) a *Nintendo-ügyben*<sup>42</sup> hozott ítéletét. Ugyanakkor a hivatkozott ítélet sem a referenciális, sem pedig a véleménynyilvánításhoz kötődő hasznosításról nem szól, ugyanakkor nagy vonalakban körülrja azt a dogmatikai feltételrendszert, amely segítségül lehet a már kodifikált kivételek értelmezése során. Ilyen például az a megállapítás, miszerint „az ilyen formatervezési minták jogosultjainak biztosított jogokat az említett rendelet alapján korlátozó olyan rendelkezéseket ... szigorúan kell értelmezni, ugyanakkor az ilyen értelmezés nem sértheti az így meghatározott korlátozás hatékony érvényesülését és nem hagyhatja figyelmen kívül annak célját”, illetve hogy „az említett korlátozás három együttes feltételnek van alárendelve, nevezetesen annak, hogy a megjelenítési cselekmények a tisztességes kereskedelmi gyakorlattal összeegyeztethetők, e cselekmények nem sérelmesek indokolatlanul a minta rendes felhasználására nézve, és megnevezik a forrást”.<sup>43</sup>

<sup>38</sup> Pogácsás Anett: A digitális mű integritásvédelmének aktuális kérdései. In: *Grad-Gyenge Anikó, Kabai Eszter, Menyhárd Attila* (szerk.): *Liber Amicorum – Studia G. Faludi Dedicata: Ünnepi tanulmányok Faludi Gábor 65. születésnapja tiszteletére*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2018, p. 323.

<sup>39</sup> Sztj. 13. § „A szerző személyhez fűződő jogát sérti művének a becsületére vagy jó hírvére sérelmes mindenfajta eltorzítása, megcsönkítése, megváltoztatása és a művel kapcsolatos más ilyen jellegű visszaélés.”

<sup>40</sup> DRD (32) preambulumbekendés és DRR (15) preambulumbekendés.

<sup>41</sup> A DRD-ez fűzött indokolás 5. fejezete.

<sup>42</sup> C-24/16. és C-25/16. sz. Nintendo egyesített ügyekben hozott ítélet, ECLI:EU:C:2017:724. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-24/16&language=hu>.

<sup>43</sup> Nintendo-itélet [74], [78] bekezdés.

A DRD és a DRR tehát önálló kivételben jelenítené meg a formatervezésiminta-oltalom paródiakivételét, amely szerint formatervezésiminta-oltalomból eredő jogok nem gyakorolhatóak a véleménynyilvánítás, bírálat vagy paródia céljából végzett cselekmények vonatkozásában sem. A kivétel köre tekintetében ugyanakkor felmerülhet kérdésként, hogy az egyes esetkörök meghatározására milyen logika mentén kerülhetett sor? A véleménynyilvánítás szabadsága – vagy más kifejezéssel véleményszabadság – elsősorban a tulajdonhoz való joggal szembeállítható alapjogként,<sup>44</sup> az alapjogi mérlegelés egyik oldalaként, a szerző kizárólagos jogai korlátozásának alapot adó, védendő értéként,<sup>45</sup> a szerzői jogi egyensúly kialakításának eszközeként<sup>46</sup> jelenik meg, nem pedig önálló szabad felhasználási esetkörként. Ilyen jellegű, általános kivételként való nevesítése egy parttalan, a gyakorlatban nehezen értelmezhető korlátot jelenthet a dizájnjogban, hiszen önmagában a paródia az oltalommal kapcsolatos kizárólagos jogokkal kapcsolatos korlátként aligha értelmezhető kellő biztonsággal. A bírálat (*critique*) némi hasonlóságot mutat az *információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról* szóló, 2001. május 22-i, 2001/29/EK parlamenti és tanácsi irányelv (a továbbiakban: Infosoc-irányelv) 5. cikk (3) bekezdés d) pontjában és a CDSM-irányelv 17. cikk (7) bekezdésében szabályozott kritika (*criticism*) vagy ismertetés (*review*) célú szabad felhasználással – ezek közül is inkább a kritikával, főleg az angol nyelvű verzióban –, ugyanakkor kérdésként merülhet fel, hogy az angol nyelvű verzió minimális eltérése, vagy éppen a magyar nyelvű verzió teljesen eltérő szóhasználatával egyező vagy éppen eltérő normatartalmat kíván-e jelezni? A teljesség kedvéért szükséges megjegyezni, hogy a DRD és a DRR szövege az elfogadást követően is nyelvi ellenőrzésen fog átesni, az esetleges eltérések korrekciójára még ebben a fázisban is sor kerülhet. A fentebb bemutatott fogalmi rendszert az alábbi táblázat szemlélteti.

Infosoc, <sup>47</sup> CDSM <sup>48</sup>	DRD, <sup>49</sup> DRR <sup>50</sup>
kritika ( <i>criticism</i> )	bírálat ( <i>critique</i> )
paródia ( <i>parody</i> )	paródia ( <i>parody</i> )
karikatúra ( <i>caricature</i> )	–
utánzat ( <i>pastiche</i> )	–
–	véleménynyilvánítás ( <i>comment</i> )

<sup>44</sup> Florian Martin-Bariteau: The Idea of Property in Intellectual Property. U.B.C. Law Review, 52. évf. 3. sz., 2019, p. 896.

<sup>45</sup> Laura R. Bradford: Parody and Perception: Using Cognitive Research to Expand Fair Use in Copyright. Boston College Law Review, 2005. 46. sz., p. 728.

<sup>46</sup> Pogácsás Anett: Érték és szabadság. Iustum Aequum Salutare, 2016. 1. sz., p. 73. Elérhető: <http://ias.jak.ppke.hu/hir/ias/20161sz/07.pdf>.

<sup>47</sup> Infosoc-irányelv 5. cikk (3) bekezdés d) és k) pont.

<sup>48</sup> CDSM-irányelv 17. cikk (7) bekezdés.

<sup>49</sup> DRD 18. cikk (1) bekezdés e) pont.

<sup>50</sup> DRR 20. cikk (1) bekezdés e) pont.

Mind az Infosoc-irányelv, mind pedig a CDSM-irányelv három műfajt nevesít a szabad felhasználás körében, a paródiát, a karikatúrát és a *pastiche*-t. Bár a Deckmyn-döntést megelőző főtanácsnoki indítvány<sup>51</sup> leszögezte, hogy a három műfaj egyidejű nevesítése a paródia fogalmának szélessége, a másik két műfaj felölelő jellege okán felesleges, a hazai átültetés során – bár hangzott el ellenvélemény<sup>52</sup> – az irányelvi szövegek szóhasználata, a három műfaj egyidejű nevesítésén alapuló, az irányelvek megoldását tükröző kodifikációs megoldás került elfogadásra. A DRD és a DRR ugyanakkor szakít az Infosoc- és CDSM-irányelv által alkalmazott szóhasználattal, és a formatervezésiminta-oltalom jogosultjának jogait a véleménynyilvánítás, bírálat vagy paródia körében javasolja korlátozni rendelni. Kérdésként merül fel, hogy az Európai Bizottság vajon a DRD és DRR kidolgozása során szűkebb körű kivételre kívánt-e javaslatot tenni, vagy csupán magáévá tette az említett főtanácsnoki indítványban foglalt álláspontot, így fedve le a mintának a karikatúra és utánzat (*pastiche*) céljából való használatát is (még ha pl. a formatervezési minta *pastiche* viszonylag ritkának is tűnhet a gyakorlatban). Különösen fontosá válhat ez a kérdés akkor, ha a paródiakivétel védjegyjogban történő kodifikációjának szükségessége megalapozottan levezethetővé válik: ebben az esetben ugyanis logikusnak tűnik a védjegyekkel szorosabb kapcsolatban álló – és szintén iparjogvédelmi oltalmi formát megjelenítő – dizájnparódia értelmezéseinek alkalmazása, szemben a szerzői jogi értelmezés alapulvételével.

4. A *Deckmyn*-döntés. Az EUB a paródia szellemi tulajdon-jogi megítélése vonatkozásában egy közvetlenül releváns döntést hozott, a Johan Deckmyn belga politikus és a Vandersteen örökösök közötti jogvitában (a továbbiakban: *Deckmyn*-döntés).<sup>53</sup> Az ítélet már több helyütt részletesen elemzésre került,<sup>54</sup> így jelen tanulmány az esethez kapcsolódó tényállást nem, csupán az EUB-nek a paródia megítélése szempontjából releváns megállapításait idézi, illetve annak formatervezési mintaoltalmi és védjegyjogi relevanciáját tárja fel.

Az EUB-nek a *Deckmyn*-döntésbe foglalt olvasata szerint a paródia – mint az uniós jog önálló fogalma<sup>55</sup> – akkor lehet jogszerű, ha 1. nem ütközik a nemzeti jogba, vagyis az adott tagállamban van paródiakivétel, 2. megfelel a paródia mint uniós jogintézmény feltételeinek (az eredeti mű felidézése, humor vagy gúny kifejezése) és 3. megfelelő érdekegyen-

<sup>51</sup> Pedro Cruz Villalón főtanácsnok indítványa a C-201/13. sz. ügyben. 2014. május 22. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152656&pageIndex=0&doclang=HU&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=209231>.

<sup>52</sup> *Ujhelyi* 2021: i. m. (4), VI.1.3. fejezet.

<sup>53</sup> C-201/13. *Johan Deckmyn v Vrijheidsfonds VZW kontra Helena Vandersteen és társai*, ECLI:EU:C:2014:2132. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-201/13>.

<sup>54</sup> L. *Faludi*: i. m. (4), p. 108–114.; *Ujhelyi* 2017: i. m. (4), p. 46–52. és *Ujhelyi* 2021: i. m. (4), III.3.1. fejezet.

<sup>55</sup> *Mezei Péter*: Vicces kedvében van az Európai Unió Bírósága. Szerzői jog a XXI. században, blogbejegyzés, 2014. szeptember 10. Elérhető: <https://goo.gl/EuEpxE>; *Sinisa Rodin*: Constitutional Relevance of Foreign Court Decisions. *The American Journal of Comparative Law*, 64. évf. 4. sz., 2016, p. 838. és *Faludi*: i. m. p. (4), 112.

súlyt alakít ki az érdekeltek között, valamint 4. nem diszkriminatív.<sup>56</sup> Ugyanakkor le kell szögezni, hogy a Deckmyn-döntéssel az EUB a paródia tekintetében az Infosoc-irányelv opcionális szabad felhasználása alapján foglalt állást, és míg a döntést követően elfogadott, majd hatályba lépett CDSM-irányelvben foglalt szabad felhasználás vonatkozásában a megállapításainak relevanciája és alkalmazandósága magától értetődőnek tűnik, az iparjogvédelem területén ez közel sem mondható ki ilyen mértékű bizonyossággal. E tekintetben – a döntés megállapításainak esetleges iparjogvédelmi relevanciája okán – a Deckmyn-döntés nagy hasonlóságot mutat az Egyesült Államok paródiagyakorlatát alapjaiban meghatározó *Campbell-döntéssel*<sup>57</sup> (részletesen l. a III.2. alfejezetben).<sup>58</sup>

Bár a Deckmyn-döntés meghozatala idején még a CDSM-irányelv javaslata sem volt elérhető – tehát az EUB az Infosoc-irányelv értelmezésére szorítkozott –, a döntés ugyanakkor kimondja, hogy „a 'paródia' fogalmát, amely egy – a nemzeti jogokra semmilyen utalást nem tartalmazó – irányelv részét képező rendelkezésben szerepel, az uniós jog önálló fogalmának kell tekinteni, és azt ez utóbbi területen egységesen kell értelmezni.”<sup>59</sup> Amennyiben az ítélet a paródia minden szellemi tulajdon-jogi inkarnációja esetén alkalmazandó, úgy a minta hasznosítása akkor nem sérti a jogosult kizárólagos jogait, ha felidézi az eredeti mintát, emellett pedig humort vagy gúnyt fejez ki. Ellenkező esetben ugyanakkor értelmezési és gyakorlati nehézséget is okozhat, hogy a DRD milyen jellegű hasznosítás ért paródia alatt, példának okáért jogi szempontból meg kell-e különböztetni a cél- és eszközparódiát, vagy milyen relevanciával bírnak a személyhez fűződő jogok (pl. a névfeltüntetés, amelyre a Deckmyn-döntésben az EUB külön is kitér, ennek jogát a hazai jog is kifejezetten rögzíti)<sup>60</sup> a hasznosítás során?

5. *Védjegyjogi következtetések.* A fentiekből adódóan azt a megállapítást tehetjük, hogy az uniós jog a viszonylagos kizáró okok körében – helyesen – kevés lehetőséget ad a paródia útján létrejött megjelölések lajstromozására, az EUTMR 9. cikk (2) bekezdése és az EUTMD 10. cikk (2) bekezdése útján azonban a védjegyjogosult kizárólagos jogainak határait a „gazdasági tevékenység körében árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban” fordulattal szabja körül, amely ennél fogva felfogható úgy is, hogy teret enged a paródia elismerésének, feltéve, hogy az a gazdasági tevékenység körén kívül marad. Ez ugyanakkor komoly ellenérv lehet egy esetleges paródiakivétel nemzeti (vagy akár uniós) kodifikációjának szükségessége tekintetében. Az EUTMR 9. cikk (2) bekezdése és az EUTMD 10. cikk (2) bekezdése mentén ugyanis amennyiben a paródia a gazdasági tevékenység körén kívül marad, addig fogalmilag kizárt a vélemény szabadság és a tulajdonhoz való jog érdemi ütközése, ugyanis

<sup>56</sup> Georgios I. Zekos: Copyrights and Trademarks in Cyberspace: A Legal and Economic Analysis. Chicago-Kent Journal of Intellectual Property, 15. évf. 1. sz., 2016, p. 341. és Deckmyn-döntés [36] bekezdés.

<sup>57</sup> Campbell v. Acuff-Rose Music, (92-1292), 510 U.S. 569 (1994.). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914be1aadd7b049347a64c3>.

<sup>58</sup> Fischer: i. m. (28), p. 25.

<sup>59</sup> Deckmyn-döntés [15] bekezdés.

<sup>60</sup> A formatervezési minták oltalmáról szóló 2001. évi XLVIII. törvény 12. § (5) bekezdés.

a védjegy alapján a jogosultnak eleve nincs lehetősége a megjelölés ilyen használata ellen fellépni.<sup>61</sup> Egy esetleges kivétel tehát csupán a megjelölés használatának azon eseteit fedné, fedhetné le, amelyek bár gazdasági tevékenység körében, tehát a védjegyjogosult kizárólagos jogainak terepén belül valósulnak meg, ugyanakkor a bennük foglalt véleménynyilvánítás mégis értékesebb, nagyobb fokú védelmet érdemel, mint a jogosultnak a védjegyhez kapcsolódó jogai. Az, hogy a szólásszabadságnak mely elemei érdemelhetnek a kereskedelmi kommunikációban ilyen szintű védelmet (a véleményszabadság legkiemeltebb elemei, mint pl. a politikai paródia<sup>62</sup> esetleg ilyenek lehetnek), nagyon komoly jogalkotói és ezt követően bírói mérlegelést igényelne, és csak a konkrét eset sajátosságaira tekintettel lenne mérlegelhető.<sup>63</sup>

Egy esetleges védjegyjogi paródiakivételnek a nemzeti jogba való kodifikációja esetén – ha ez egyáltalán szükségesnek mutatkozna –, az uniós joggal való összhang megteremtéséhez kötődően lényegében azonos kérdések merülnének fel, mint pl. a Deckmyn-döntés paródiafogalmának és egyéb megállapításainak alkalmazhatósága, valamint a megjelenítendő műfajok köre. A védjegyjogra levetítve a szerzői jogi feltételrendszer – szűken tekintve a mű (vagy itt már megjelölés) felidézése és humor vagy gúny kifejezése – nem tűnik ördögtől valóznak, ugyanakkor a védjegyjog alapvető funkciójának, a megkülönböztetésnek a sérelme, vagyis a megjelölések összetéveszthetőségének elkerülése alapvető érdekként jelentkezik, így ennek a szempontnak valamilyen módon meg kell jelennie a védjegyjogi paródia megítélése során.<sup>64</sup>

Ugyanakkor felhívjuk rá a figyelmet, hogy a szerzői jogi vagy akár a dizájnjogi kihívások egy része a védjegyjogot elkerüli, ugyanis az Infosoc-irányelvnek a szabad felhasználások körében bevezetett *numerus clausus*<sup>65</sup> a védjegyjogot értelemszerűen nem érinti, másrésztől a személyhez fűződő jogok – mivel a védjegyjogosult oldalán nem alkotó jellegű oltalmi formáról van szó<sup>66</sup> – ebben a körben nem bírnak relevanciával. Így például a megjelölés integritása vagy a védjegyjogosult nevének feltüntetése – révén a védjegyjog ilyet nem ismer – fel sem merülhet a védjegyjogi paródia megítélése tekintetében.

<sup>61</sup> Az Egyesült Államok jogának értelmezésével kapcsolatban is azonosítható azonos álláspont: *Natalie A. Dopson: The Federal Trademark Dilution Act and Its Effect on Parody: No Laughing Matter*. *Journal of Intellectual Property Law*, 5. évf. 2. sz., 1998, p. 557–567 és *Stacey L. Dogan, Mark A. Lemley: Parody as Brand*. *Trademark Reporter*, 2015. 105. évf., p. 1193.

<sup>62</sup> Szerzői jogi oldalról részletesen l. *Ujhelyi* 2022: i. m. (4).

<sup>63</sup> *Jessica Taran: Dilution by Tarnishment: A Case for Vulgar Humor*. *Intellectual Property Law Bulletin*, 7. évf. 1. sz., 2002, p. 9.

<sup>64</sup> *Ana Ramalho: Parody in Trademarks and Copyright: Has Humour Gone Too Far?* *Cambridge Student Law Review*, 2009. 5. sz., p. 62.

<sup>65</sup> Infosoc-irányelv (32) preambulumbekzdés. „Ez az irányelv a többszörözés joga, valamint a nyilvánossághoz közvetítés joga alóli valamennyi kivételt és korlátozást kimerítően sorolja fel.”

<sup>66</sup> *Pogácsás Anett, Ujhelyi Dávid: Szellemi alkotások joga*. Pázmány Press, Budapest, 2022, p. 231. Elérhető: [https://jak.ppk.hu/storage/ uploads/POGACSAS-UJHELYI\\_Szellemi-alkotasok-joga\\_22-11-06\\_final.pdf?u=1bYByv](https://jak.ppk.hu/storage/ uploads/POGACSAS-UJHELYI_Szellemi-alkotasok-joga_22-11-06_final.pdf?u=1bYByv).

Végezetül szükséges megemlíteni, hogy az új korlátozások szabályozása körében a védjegyjogban nincsenek a szerzői jogi háromlépcsős teszthez hasonló megkötések, a TRIPS-megállapodás fent ismertetett 17. cikke csupán érdekegyensúlyozást ír elő „a védjegytulajdonos és harmadik felek jogos érdekei” között.

### III. AZ EGYESÜLT ÁLLAMOK SZABÁLYOZÁSA ÉS GYAKORLATA

#### III.1. Az Egyesült Államok szabályozása

1. *Lanham Act*. Az Egyesült Államok szövetségi szintű védjegyszabályozásának alapköve az ún. Lanham Act,<sup>67</sup> amely 1947. július 6. napján lépett hatályba, nevét pedig a javaslatot benyújtó Fritz G. Lanham texasi képviselőről kapta. A Lanham Act kizárólag az államközi üzleti kapcsolatokban megvalósuló védjegyhasználatot szabályozza,<sup>68</sup> így tehát az egyes államok önálló védjegyszabályozással is rendelkeznek az államhatárokon belüli jogviszonyok tekintetében, vagyis az Egyesült Államok védjegyjoga ilyen értelemben két szinten szabályozott.

A paródiacélú használat szempontjából talán leginkább releváns rendelkezés a Lanham Act 1114. § (1) bekezdése,<sup>69</sup> amely a jogsértés (*infringement*) alapvető eseteit definiálja.<sup>70</sup> Ennek alapján – leegyszerűsítve – a védjegyjogosult felléphet a megjelölésének más által való, kereskedelmi jellegű használata ellen, amennyiben az legalább valószínűsíthetően megtévesztő jellegű.<sup>71</sup> Az összetéveszthetőség (*confusion*) megítélése tekintetében konkrét, törvényi szintű iránymutatás nem született, ugyanakkor az Egyesült Államok bírói gyakorlata azonosított olyan szempontokat, amelyek e körben relevánsnak lehetnek. Ilyen többek között *a*) a fogyasztói megtévesztéssel kapcsolatban rendelkezésre álló, konkrét bizonyítékok rendelkezésre állása, *b*) a védjegy által védett és az állítólagosan jogsértő megjelölés

<sup>67</sup> Lanham (Trademark) Act. Pub. L. Tooltip Public Law (United States) 79–489, 60 Stat. 427, enacted July 5, 1946, codified at 15 U.S.C. § 1051 et seq. (15 U.S.C. ch. 22). A vizsgálat tárgyává tett, jelen tanulmány lezárásakor hatályos szöveg elérhető: <https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title15/chapter22&edition=prelim>.

<sup>68</sup> *David Alain Robinson: A Fair Use Analysis of Trademark Parody: Cliffs Notes, Inc. v. Bantam Doubleday Dell Publishing Group*. Loyola Entertainment Law Journal, 11. évf. 1. sz., 1991, p. 230.

<sup>69</sup> Lanham Act § 1114(1) „Any person who shall, without the consent of the registrant (a) use in commerce any reproduction, counterfeit, copy, or colorable imitation of a registered mark in connection with the sale, offering for sale, distribution, or advertising of any goods or services on or in connection with which such use is likely to cause confusion, or to cause mistake, or to deceive; or (b) reproduce, counterfeit, copy, or colorably imitate a registered mark and apply such reproduction, counterfeit, copy, or colorable imitation to labels, signs, prints, packages, wrappers, receptacles or advertisements intended to be used in commerce upon or in connection with the sale, offering for sale, distribution, or advertising of goods or services on or in connection with which such use is likely to cause confusion, or to cause mistake, or to deceive, shall be liable in a civil action by the registrant for the remedies hereinafter provided. ...”

<sup>70</sup> *Michael D. Murray: Trademarks, NFTs, and the Law of the Metaverse*. Arizona Law Journal of Emerging Technologies, 6. évf. 3. sz., 2023, p. 8.

<sup>71</sup> Az eredeti szöveg szerint tényleges összetéveszthetőséget volt szükséges bizonyítani, ugyanakkor ez túltotán elnehezítette az esetleges jogsértések elbírálását. L. *Robinson*: i. m. (68), p. 231.



közötti hasonlóság, c) az állítólagos jogsértő rosszsziszeműsége a tekintetben, hogy termékét vagy szolgáltatását olyan színben tüntette fel, mintha kapcsolatban állna a védjegyjogosulttal, d) a termékek vagy szolgáltatások versengő jellege, e) a fogyasztók által jellemzően mutatott gondosság a termék megvétele vagy a szolgáltatás igénybevétele során, f) a jogosult megjelölését övező megkülönböztetőképesség erőssége, g) a termékek disztribúciós láncolatának hasonlósága és h) a potenciális vevők köre.<sup>72</sup> Ugyanakkor ki kell emelni, hogy az uniós szabályozáshoz hasonlóan az Egyesült Államok védjegyjoga is a kereskedelmi jellegű használat (*use in commerce*) tekintetében biztosít fellépési lehetőséget a jogosult számára, így a megjelölésnek az e körön kívül eső használata elvileg fogalmilag nem okozhat jogsértést (vagy máshogy megfogalmazva az összetéveszthetőség vizsgálata csak a kereskedelmi használat esetén releváns).

2. FTDA, TDRA. A védjegyjogosult érdekeit ugyanakkor nem csupán a klasszikus értelemben vett jogsértés esetén alkalmazható eszközrendszer, hanem az ún. *dilution*<sup>73</sup> nevű jogintézmény is védi, amelynek bevezetésére eredetileg egy tanulmányban született javaslat.<sup>74</sup> A *dilution*ra vonatkozó rendelkezések a Lanham Act 1125. §-ában kerültek elhelyezésre 1995-ben a Federal Trademark Dilution Act<sup>75</sup> által, amely joganyag átfogó frissítésére a Trademark Dilution Revision Act<sup>76</sup> útján került sor 2006-ban.

*Dilution* jogalapon a megkülönböztetőképességgel rendelkező híres védjegy (*famous mark*) jogosultja az összetéveszthetőségtől függetlenül felléphet azzal szemben, aki a védjegy ismertté válását követően a megjelölést a kereskedelemben úgy használja, hogy az *blurring* vagy *tarnishment* útján a védjegy „felhígulásához” vezethet.<sup>77</sup> A definíció egyes elemeihez

<sup>72</sup> Jonathan Roy Celniker: Trademark Parody Unplugged. Entertainment and Sports Lawyer, 14. évf. 1. sz., 1996, p. 15; J. Steven Gardner: Trademark Infringement, Likelihood of Confusion, and Trademark Parody: Anheuser-Busch, Inc. v. L & L Wings, Inc. Wake Forest Law Review, 28. évf. 3. sz., 1993, p. 716–725; Steven M. Perez: Confronting Biased Treatment of Trademark Parody Under the Lanham Act. Emory Law Journal, 44. évf. 4. sz., 1995, p. 1489–1495 és Greg Skoch: Commercial Trademark Parody: A Creative Device Worth Protecting. Kansas Journal of Law & Public Policy, 9. évf. 2. sz., 2000, p. 358.

<sup>73</sup> A *dilution* magyarul felhígulást jelent, pontos megfelelője a hazai védjegyjogban nincs, bár a jó hírű védjegyekkel kapcsolatos szabályozásra emlékeztet leginkább. Palágyi 2004-ben a *dilution* „védjegyhígítás”-ra, a *blurring*-et „összemosás”-ra, a *tarnishment*-et pedig „elhalványítás”-ra fordította. Jelen tanulmány a könnyebb beazonosíthatóság érdekében konzervitven az angol nyelvű terminológiát használja. L. Palágyi Tivadar: Külföldi hírek az iparjogvédelem területéről. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 109. évf. 1. sz., 2004. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/kiadv/ipsz/200402/09-nemzkit.html>.

<sup>74</sup> L. Frank I. Schechter: The Rational Basis of Trademark Protection. Harvard Law Review, 40. évf. 6. sz., 1927.

<sup>75</sup> Federal Trademark Dilution Act of 1995. Pub. L. Tooltip Public Law (United States) 104–98, a továbbiakban: FTDA.

<sup>76</sup> Trademark Dilution Revision Act of 2006. H.R. 683, Pub. L. Tooltip Public Law (United States) 109–312, a továbbiakban: TDRA.

<sup>77</sup> Deborah J. Kemp, Lynn M. Forsythe, Ida M. Jones: Parody in Trademark Law: Dumb Starbucks Makes Trademark Law Look Dumb. The John Marshall Review of Intellectual Property Law, 14. évf., 2015, p. 146.

magyarázó rendelkezéseket is kapcsolt a jogalkotó, így híresnek számít az a védjegy, amelyet az Egyesült Államok fogyasztói közönsége széles körben felismer a védjegy tulajdonosának áruiként vagy szolgáltatásaiaként.<sup>78</sup> Ennek körében a bíróság az alábbi szempontokat veheti figyelembe, amelyek köre példálózó jelleggel kerül megfogalmazásra: *a)* a védjegy reklámozásának és nyilvánosságának időtartama, mértéke és földrajzi kiterjedése, függetlenül attól, hogy azt a jogosult vagy harmadik személyek hirdetik vagy teszik közzé; *b)* a védjegy alatt kínált áruk vagy szolgáltatások értékesítésének mennyisége és földrajzi kiterjedése; és *c)* a védjegy tényleges ismertségének mértéke.<sup>79</sup>

*Blurring* alatt az olyan használatot érti a jogalkotó, amely egy védjegy vagy kereskedelmi név és egy híres védjegy közötti hasonlóságból eredő olyan képzettársítás, amely a híres védjegy megkülönböztetőképességét csorbitja (*impairs the distinctiveness of the famous mark*). Ennek szempontjai lehetnek *a)* a potenciálisan jogsértő megjelölés és a híres védjegy közötti hasonlóság mértéke; *b)* a híres védjegy eredendő vagy szerzett megkülönböztetőképességének mértéke; *c)* az, hogy a híres védjegy jogosultja milyen mértékben használja kizárólagosan a védjegyet; *d)* a híres védjegy ismertségének mértéke; *e)* a potenciálisan jogsértő megjelölés használójának szándéka, hogy a híres védjeggyel képzettársítást hozzon létre; és *f)* a potenciálisan jogsértő megjelölés és a híres védjegy közötti tényleges képzettársítás.<sup>80</sup>

A *tarnishment* törvényi definíciója szerint olyan használatot fed, amely a potenciálisan jogsértő megjelölés és egy híres védjegy közötti hasonlóságból eredő olyan képzettársítást eredményez, amely sérti a híres védjegy jó hírnevét (*harms the reputation of the famous mark*).<sup>81</sup>

A Lanham Act 1125. § (3) bekezdése ugyanakkor kivételeket is biztosít a *dilution* alól, így a jogosult nem léphet fel ilyen jogalapon *fair use*, tájékoztatás célját szolgáló használat (*all forms of news reporting and news commentary*) és nem kereskedelmi jellegű használat (*any noncommercial use of a mark*) esetén. A *fair use* tekintetében a jogalkotó – a TRDA elfogadása óta<sup>82</sup> kifejezetten kiemeli az összehasonlító reklám,<sup>83</sup> illetve a paródia, kritika (*criticizing*) és a véleménynyilvánítás (*commenting*) eseteit.<sup>84</sup>

<sup>78</sup> Kathleen E. McCarthy: Free Ride or Free Speech: Predicting Results and Providing Advice for Trademark Disputes Involving Parody. *The Trademark Reporter*, 109. évf. 4. sz., 2019, p. 698.

<sup>79</sup> Lanham Act § 1125(1). *Andromachi Kampantai*: Trademark Parody: Limit to the Concept of Dilution or Inherent Right of the Public. *Legal Issues Journal*, 3. évf. 1. sz., 2015, p. 47.

<sup>80</sup> Lanham Act § 1125(2)(B). *Dopson*: i. m. (61), p. 543.

<sup>81</sup> Lanham Act § 1125(2)(C). *Tyler Trent Ochoa*: Dr. Seuss, the Juice and Fair Use: How the Grinch Silenced a Parody. *Copyright Society of the U.S.A. Journal*, 45. évf., 1998, p. 630.

<sup>82</sup> Cheryl L. Black, Sharra S. Brockman: Getting the Last Laugh out of Trademark Parody. *Landslide*, 4. évf. 3. sz., 2012, p. 55.

<sup>83</sup> Védjegyjogi relevanciájáról l. *Vida Sándor*: Védjegyhasználat összehasonlító listákkal való reklámozásnál. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 16. (116.) évf. 1. sz., 2011. február, p. 37–64. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201101-pdf/03.pdf>.

<sup>84</sup> Patrick K. Thornton: Cultural Behemoths Collide – Carol Burnett v. Family Guy. *Entertainment and Sports Lawyer*, 25. évf. 3. sz., 2007, p. 9 és Kemp, Forsythe, Jones: i. m. (77), p. 158.

Nehéz lenne nem rámutatni arra, hogy a *fair use* ezen nevesített esetei szinte teljesen egybecsengenek a formatervezésiminta-oltalom területén született uniós jogi jogalkotási javaslatokban, a DRD-ben és a DRR-ben megjelent új korlátokkal, amelyek a bírálólat (*critique*), paródia (*parody*) és véleménynyilvánítás (*comment*) eseteiben korlátoznák a jogosult kizárólagos jogait; sőt a referenciális hasznosítást célzó, szintén új korlát<sup>85</sup> egyik, preambulumbekzdés szinten nevesített esete pontosan az összehasonlító reklám.<sup>86</sup> Ennek fényében alappal vélelmezhető, hogy a javaslatok kidolgozása során az Egyesült Államok *dilution* szabályozása ihletként szolgálhatott az uniós jogalkotó számára.

Ugyanakkor le kell szögezni, hogy a védjegyjogi és a szerzői jogi *fair use*<sup>87</sup> sem szabályozásában, sem pedig gyakorlatában nem feleltethető meg egymásnak:<sup>88</sup> a két jogterületen a bíróságok teljesen más tartalommal értelmezhetik, hogy a felhasználó vagy a használó oldalán mi számít fairnek,<sup>89</sup> ami viszont nem jelenti azt, hogy egyes gondolati elemek ne szivároghatnának át a szerzői jogi jogvitát letáró ítéletekből a védjegyjogba – vagy éppen fordítva.<sup>90</sup>

Végezetül ismételten utalni szükséges arra, hogy az EUTMR 9. cikk (2) bekezdés *c*) pontja, illetve az EUTMD 10. cikk (2) bekezdés *c*) pontja mutat némi hasonlóságot a *dilution* egyes eseteivel: az unió jogforrások a jó hírnevű védjegy megkülönböztetőképességének, jó hírnevének sérelmét vagy tisztességtelen kihasználását teszik a jogsértés alapjává, ezen szempontok a *blurring* (megkülönböztetőképesség csorbítása) és *tarnishment* (jó hírnév sérelme) definícióiban is visszaköszönnek.<sup>91</sup> Különbség abban fedezhető fel, hogy az Egyesült Államok szabályozása az árujegyzők szerepéről nem tesz említést, bár ez nem jelenti azt, hogy a jogosult ne kapna az uniós szabályozáshoz hasonlóan széles lehetőséget a jogsértés elleni fellépésre.

<sup>85</sup> DRD 18. cikk (1) bekezdés *d*) pont, DRR 20. cikk (1) bekezdés *d*) pont.

<sup>86</sup> DRD (32) preambulumbekzdés és az ezzel szövegazonos DRR (15) preambulumbekzdés. „A magánhasználat céljából végzett, illetve a nem kereskedelmi célú és a kísérleti célú tevékenységeken kívül a megengedett felhasználások felsorolásának tartalmaznia kell ... az összehasonlító reklám keretében történő referenciális használatot, ... feltéve, hogy ezek a cselekmények összeegyeztethetők a tisztességes kereskedelmi gyakorlattal, és nem akadályozzák indokolatlanul a formatervezési minta rendeltetészerű hasznosítását.”

<sup>87</sup> Bővebben l. Mezei Péter: Mitől fair a fair? Szerzői művek felhasználása a fair use-teszt fényében. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 3. (113.) évf. 6. sz., p. 27–68. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/200812-pdf/02-mezei.pdf>.

<sup>88</sup> Robinson: i. m. (68), p. 225.

<sup>89</sup> Gardner: i. m. (72), p. 729.

<sup>90</sup> A későbbikben bemutatott Campbell-döntésnek például jelentős hatása volt a védjegyjogi paródia megítélésére is. L. Zahr K. Said: Fair Use in the Digital Age, and Campbell v. Acuff-Rose at 21. Washington Law Review, 90. évf., 2015, p. 593.

<sup>91</sup> Sadurski: i. m. (21), p. 471.

### III.2. VÉDJEGYPARÓDIA AZ EGYESÜLT ÁLLAMOK BÍRÓI GYAKORLATÁBAN

Az Egyesült Államok – a szerzői jogi paródiához hasonlóan – a védjegyjogi paródia területén is igen gazdag gyakorlattal rendelkezik. A jelen tanulmányhoz kapcsolódó kutatás számos olyan esetet tárt fel a lent ismertetett döntéseken túlmenően, amelyek bár a téma szempontjából relevánsak,<sup>92</sup> ám olyan, az Egyesült Államok (pop)kultúrájához kapcsolódó tényálláson alapulnak, amelyek a hazai olvasó számára jellemzően csak körülményes és hosszás magyarázat útján adhatóak át. Ebből fakadóan jelen fejezet a teljesség igénye nélkül, de a legfontosabb eseteket kiemelve mutatja be a bírói gyakorlat fejlődését.

1. *GIRL SCOUTS-döntés (1969)*.<sup>93</sup> A Girl Scout egy apolitikus és nonprofit cserkészszervezet, amely a hét és tizenhét év közötti lányok személyiségfejlesztését tűzte ki céljává, olyan értékeket szem előtt tartva, mint a tisztaság, igazság, lojalitás és a hazaszeretet. A Personality Posters – egy poszterek nyomtatásával és értékesítésével foglalkozó gazdasági társaság – 1969-ben olyan posztereket kezdett el értékesíteni, amelyek a Girl Scout mozgalom egyenruhájára hasonlító öltözetben lévő, láthatóan várandós lányt ábrázoltak, továbbá azokon a „*Be prepared*” (Légy felkészült) szöveg volt megjelenítve.<sup>94</sup>

A Girl Scout szervezet egyúttal a jogosultja a GIRL SCOUT, GS ábrás védjegyeknek, továbbá a BE PREPARED szlogenhez kapcsolódó szóvédjegyeknek is, amely védjegyekhez kapcsolódó kizárólagos jogok sérelmét vélte felfedezni a Personality Posters által megvalósított használatban, így bírósághoz fordult.<sup>95</sup>

<sup>92</sup> L. Hustler Magazine, Inc. v. Moral Majority Inc. 796 F.2d 1148 (9th Cir. 1986). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59148d4dadd7b04934540fbc>; Planned Parenthood Federation of America v. Bucci [Planned Parenthood Fed'n of Am., v. Bucci, No. 97 Civ. 0629, 1997 U.S. Dist. LEXIS 3338 (S.D.N.Y. Mar. 19, 1997), aff'd, No. 97-7492, 1998 U.S. App. LEXIS 22179 (2d Cir. Feb. 9, 1998)]; Mattel, Inc. v. Walking Mountain Prods., 353 F.3d 792 (9th Cir. 2003). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914b77fadd7b0493477f85e>; Moseley v. V Secret Catalogue, Inc., 537 U.S. 418, 431 (2003). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914b82dadd7b0493478397f>; Smith v. Wal Mart Stores, Inc., 475 F. Supp. 2d 1318, 1320 (N.D. Ga. 2007). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59146efdadd7b04934340bcf>; Burnett v. Twentieth Century Fox Film Corp. 491 F. Supp. 2d 962, Jun 4, 2007. Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914b415add7b0493476a194>; és Radiance Foundation, Inc. v. National Association for the Advancement of Colored People (NAACP)] Radiance Found., Inc., 2014 U.S. Dist. LEXIS 57431, at \*4. Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914e257add7b049348f09db>.

<sup>93</sup> Girl Scouts of the U.S. v. Personality Posters Mfg. Co., 304 F. Supp. 1228, 1231, 1233-34 (S.D.N.Y. 1969). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914c7b8add7b049347e4dc6>.

<sup>94</sup> Laura E. Little: Regulating Funny: Humor and the Law. Cornell Law Review, 94. évf., 2009, p. 1268 és Perez: i. m. (72), p. 1473.

<sup>95</sup> Emily Adelman: Trademark Parodies: When is it OK to Laugh. John Marshall Review of Intellectual Property Law, 6. évf. 1. sz., 2006, p. 82.



1. ábra: A Girl Scout mozgalom hivatalos katalógusa a '60-as évekből (balra, forrás: pinterest.com) és a Personality Posters által forgalmazott poszter (jobbra, forrás: dpvintageposters.com)

Az eljáró bíróság által hozott ítélet ugyan a paródia kérdésére nem tér ki – bár álláspontunk szerint nyilvánvalóan ilyen célú használatról van szó –, ugyanakkor a Lanham Act rendelkezései alapján vizsgálta a használat összetéveszthetőségét, aminek során jogsértést nem állapított meg: „A felperes teljes mértékben elmulasztotta bizonyítani a fogyasztói összetévesztés [a jogsértés megállapításához] szükséges elemét. ... Még ha feltételezzük is, hogy egyes szemlélők első pillantásra azt hihetik, hogy a plakát tárgya valójában egy terhes cserkészlány, erősen kétséges, hogy ez a benyomás több, mint pillanatnyi hiszem lenne, vagy hogy bármelyik néző arra a következtetésre jutna, hogy a Girl Scouts nyomtatta vagy terjesztette a plakátot.”<sup>96</sup>

2. COCA-COLA-döntés (1972).<sup>97</sup> A COCA-COLA védjegyet és a mögötte álló vállalkozást már az 1970-es években sem kellett bemutatni senkinek sem, az ügyben eljáró bíró szavaival élve „egy másik bolygóról érkezett látogatónak kellene lenni ahhoz, hogy ne ismerjük fel [a megjelölést]”.<sup>98</sup> Az ügy alperese, a Gemini Rising Inc. ugyancsak poszterek gyártásával és értékesítésével foglalkozó gazdasági társaság.

<sup>96</sup> Girl Scout-döntés i. m. (93): „Plaintiff has failed utterly to establish the requisite element of customer confusion. ... Even if we hypothesize that some viewers might at first blush believe that the subject of the poster is actually a pregnant Girl Scout, it is highly doubtful that any such impression would be more than momentary or that any viewer would conclude that the Girl Scouts had printed or distributed the poster.”

<sup>97</sup> Coca-Cola Co. v. Gemini Rising, Inc. 346 F. Supp. 1183 (E.D.N.Y. 1972). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914977cadd7b049345f405e>.

<sup>98</sup> Uo. „one would have to be a visitor from another planet not to recognize [the mark].”

A Gemini Rising 1970 és 1972 között olyan posztereket értékesített – 100 000-hez közeli példányszámban –, amelyeken az „Enjoy Cocaine” (Élvezd a kokaint) felirat a COCA-COLA védjegy sajátos, stilizált írásmódjában került feltüntetésre. A védjegyjogosult kizárólagos jogainak sérelmét érezte a használatban, így polgári peres eljárást indított.<sup>99</sup>



2. ábra: A Coca-Cola '70-es évek-beli védjegye (balra, forrás: medium.com) és a Gemini Rising által forgalmazott poszter (jobbra, forrás: ebay.com)

Az eljáró bíróság tudomásul vette ugyan, hogy a használat szatirikus, vicces hangvételű – a paródia nem kerül nevesítésre –, ugyanakkor ettől függetlenül nem látta megalapozottnak, hogy a Gemini Rising magatartása ne okozna összetéveszthetőséget a fogyasztók oldalán. A két eset hasonlósága okán – pontosabban a két eset különbségeit kiemelve – a bíróság kitért arra is, hogy a Girl Scout-ügyben a jogosult nem folytatott kereskedelmi tevékenységet, míg jelen esetben a Coca-Cola értelemszerűen a kereskedelmi forgalomban használja megjelölését, így ezúttal az összetéveszthetőség a termékek között megállapítható volt.<sup>100</sup> „A Girl Scouts nem folytatott kereskedelmi tevékenységet, és egyenruhájuk, jelvényük és szlogenjük semmilyen értelemben nem volt védjegynek tekinthető. Lasker bíró ráadásul nem talált bizonyítékot a jelen esetben nyilvánvalóan fenn nem álló összetéveszthetőségre, már annál is inkább, mivel az alperes plakátja e tekintetben 'terméknek' tekintendő.”<sup>101</sup> A fentiek alapján tehát az összeférhetetlenség vizsgálata során a felperes és az alperes tevékenysége kereskedelmi jellegének relevanciája lehet.

3. *Air Pirates-döntés (1978)*.<sup>102</sup> Az eset középpontjában – akárcsak a Deckmyn-ügyben – képregényfüzetek állnak, ám ezúttal nem a felperes képregényével kapcsolatos szerzői jog

<sup>99</sup> Dogan, Lemley: i. m. (61), p. 1180.

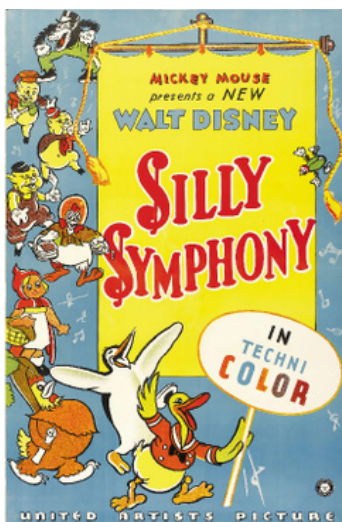
<sup>100</sup> Robert J. Shaughnessy: Trademark Parody: A Fair Use and First Amendment Analysis. Virginia Law Review, 72. évf. 6. sz., 1986, p. 1094.

<sup>101</sup> Coca-Cola-döntés i. m. (97): „The Girl Scouts are not engaged in trade and their uniform, insignia and slogan are in no sense trademarks. Judge Lasker, moreover, found no evidence of any confusion, which is clearly not the case here, and all the more so if defendant's poster may be regarded as a 'product' for that purpose.”

<sup>102</sup> Walt Disney Productions v. the Air Pirates. 581 F.2d 751 (9th Cir. 1978). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/591493dcadd7b049345b1ef0>.

került megsértésre, hanem a jogsértés eszköze volt ez a médium. Az Air Pirates Funnies ugyanis egy felnőtt közönségnek szánt, erősen kritikus hangvételű képregényciklus volt, amelynek több számában is híres Disney-karakterek – mint Mickey és Minnie Egér vagy Goofy – szerepeltek. A képregények által felvázolt szituációk kifejezetten polgárpukkasztóak, megbotránkoztatóak, helyenként pedig egyenesen erőszakosak és szexuális felhangúak voltak – ezzel mintegy görbe tükröt állítva az eredeti művek gyermeki, ártatlan karakterei elé –, a figurák pedig külsőleg a jogosult stílusában, az eredeti művekhez nagyon hasonló – gyakorlatilag teljes mértékben megegyező – formában és szituációkban jelentek meg, kerültek ábrázolásra.<sup>103</sup>

Bár a kritikán nem felülálló<sup>104</sup> döntés alapvetően szerzői jogi relevanciával bír, mivel az ügyben a szerzői jogi *fair use*-teszt elemzése dominált,<sup>105</sup> ugyanakkor az Air Pirates alkotói a Disney-hez tartozó SILLY SYMPHONY védjegyhez szóképeben és stiliztikájában egyaránt hasonló megjelölést („Silly Sympathies”) is feltüntettek a képregényfüzetben, amely a védjegyjogosult szerint *infringement* alapon jogsértő volt.



3. ábra: A SILLY SYMPHONY (balra, forrás: wikipedia.org) és a „Silly Sympathies” (jobbra, forrás: comicartfans.com) megjelölés

<sup>103</sup> David E. Shipley: A Dangerous Undertaking Indeed: Juvenile Humor, Raunchy Jokes, Obscene Materials and Bad Taste in Copyright. Kentucky Law Journal, 98. évf. 2010, p. 538.

<sup>104</sup> Bob Levin: The Pirates and the Mouse – Disney’s War Against the Counterculture. Fantagraphics Books, 2003, p. 202. „They set parody back twenty years.”

<sup>105</sup> David R. Crittenden: Copyright Law – Fair Use Privilege – In an Action for Copyright Infringement, the Commercial Nature of a Song Parody Does Not Invoke a Presumption against a Finding of Fair Use. Seton Hall Law Review, 25. évf. 3. sz., 1995, p. 1271.

A felvetéssel az elsőfokú bíróság egyetértett, ugyanakkor a fellebbviteli bíróság nem látott konkrét összetéveszthetőséget:<sup>106</sup> „Egy egyszerű, absztrakt összehasonlítás elvégzésével a kerületi bíróság nyilvánvalóan nem vette figyelembe, hogy az alperes utánczata csak a képregény közepén jelent meg, és hogy az alperes képregényeit felnőtteknek szóló, ellenkultúrát hirdető üzletekben árulták. Ha ebbe a kontextusban helyezzük, és ha ennélfogva megállapítjuk, hogy az utánczatot egy olyan felnőtt látja egy ilyen, ellenkultúrát hirdető boltban, akinek minden valószínűség szerint már az utánczat megpillantása előtt feltűnt volna az alperesek művének a Disney művével való összeférhetlensége, csakúgy, mint az alperesek megfelelő forrásmegjelölése az egyes könyvek elején, akkor jelentősen csökken annak valószínűsége, hogy a 'Silly Sympathies' [megjelölés] használata megtévesztő lenne.”<sup>107</sup> A bíróság tehát a célzott fogyasztói kör, illetve az értékesítés konkrét körülményei, továbbá a kifogásolt megjelölésnek a terméken belüli elhelyezése okán nem állapított meg védjegyjogi jogsértést.<sup>108</sup>

4. *Dallas Cowboys-döntés (1979)*.<sup>109</sup> A Dallas Cowboys Cheerleaders, Inc. társaság biztosítja a Dallas Cowboys Football Club, Inc. által rendezett amerikai futballmérkőzések szünetében megrendezésre kerülő szórakoztató műsorok szervezését és lebonyolítását. A műsorok jellemzően különböző koreográfiai elemekre épülő cheerleading előadásokból állnak, amelyben mindösszesen harminchat hölgy működik közre előadóként. Az előadások során a hölgyek jellemzően olyan sajátos öltözetben, fellépőruhákban vesznek részt, amelyek tükrözik a csapat mezeinek színvilágát, azaz a Dallas Cheerleaders esetében fehér PVC-csizmából, rövid fehér nadrágból, kék csillagokkal díszített övből, valamint mellényből és kék blúzból állnak.<sup>110</sup>

A Pussycat Cinema, Ltd. egy pornográf filmeket gyártó és forgalmazó gazdasági társaság, amely 1978-tól felnőtt mozik számára forgalmazta a „*Debby Does Dallas*” című filmet, amelyben a főszereplő Debbie Benton felvételt nyer a Texas Cowboys cheerleader csapatába, ezt követően pedig számos szexuális tartalmú helyzetbe keveredik. A filmben a Texas Cowboys

<sup>106</sup> *D.V.L. Mastrullo*: Trademark Parody Litigation and the Lanham Act: Fitting a Square Peg in a Round Hole. University of Cincinnati Law Review, 54. évf. 4. sz., 1986, p. 1317.

<sup>107</sup> *Air Pirates-döntés i. m. (102)*: „By making a simple abstract comparison, the district court apparently did not consider that defendants' imitation appeared only in the middle of their comic books and that defendants' comic books were sold in adult, counter-culture stores. When put in that context and when it is therefore recognized that the imitation would be seen by an adult in a counter-culture store who in all probability before seeing the imitation would already have been struck by the incompatibility of the defendants' work with Disney's, as well as defendants' proper attribution of source in the front of each book, the likelihood that the use of 'Silly Sympathies' would be confusing is markedly diminished.”

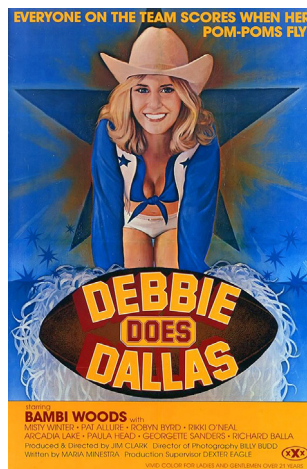
<sup>108</sup> *William McGeveran*: The Imaginary Trademark Parody Crisis (and the Real One). Washington Law Review, 90. évf., 2015, p. 725.

<sup>109</sup> *Dallas Cowboy Cheerleaders, Inc. v. Pussycat Cinema, Ltd.* 604 F.2d 200, 202 203 (2d Cir. 1979). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914932fadd7b049345a5ca9>.

<sup>110</sup> *Jordan M. Blanke*: Victor's Little Secret: Supreme Court Decision Means More Protection for Trademark Parody. Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal, 13. évf. 3. sz., 2003, p. 1063.



cheerleading csapat fellépőruhája – amely a filmben tizenkét percig szerepel – a megszólalásig hasonlít a Dallas Cowboys csapatának sajátos öltözetéhez,<sup>111</sup> amely használat okán a felperes a védjegyből fakadó kizárólagos jogainak sérelmére (*infringement*) hivatkozott.<sup>112</sup>



4. ábra: A Dallas Cowboys Cheerleaders '70-es évek beli öltözete (balra, forrás: people.com), és a Pussycat Cinema által forgalmazott, *Debbie Does Dallas* c. film plakátja (jobbra, forrás: wikipedia.org)

Az eljáró bíróság nagyon magas fokú összetéveszthetőséget állapított meg az eredeti megjelölés és Pussycat Cinema használata között, amikor – építve a Colca-Cola-döntésben kimondottakra is – megállapítja, hogy „... a '*Debbie Does Dallas*' című filmben látható egyenruha kétségtelenül a Dallas Cowboys Cheerleadereket juttatja eszünkbe. Valóban nehéz elhinni, hogy bárki, aki látta az alperesek szexuálisan züllött filmjét, ezt követően valaha is el tudna vonatkoztatni a felperes pompomlányaitól. Ez az asszociáció összetéveszthetőséget eredményez ....”<sup>113</sup> A bíróság ezenfelül leszögezi, hogy nem látja indokoltnak, hogy a szerzői jogi *fair use*-teszt alkalmazandó lehetne a jelen jogvitában, továbbá azt sem látja megalapozottnak, hogy a véleménynyilvánítás szabadsága csorbulna az alperes oldalán.<sup>114</sup>

<sup>111</sup> Frank Mead: Cocaine, Coffee Mugs, Sex, and Bug Killing Floor Wax: Welcome to the Realm of Parody and the Likelihood of Confusion. *Thomas Jefferson Law Review*, 21. évf. 2. sz., 1999, p. 318.

<sup>112</sup> Kemp, Forsythe, Jones: i. m. (77), p. 163.

<sup>113</sup> Dallas Cowboys-döntés i. m. (109): „... the uniform depicted in '*Debbie Does Dallas*' unquestionably brings to mind the Dallas Cowboys Cheerleaders. Indeed, it is hard to believe that anyone who had seen defendants' sexually depraved film could ever thereafter disassociate it from plaintiff's cheerleaders. This association results in confusion ....”

<sup>114</sup> Anthony L. Fletcher: The Product with the Parody Trademark: What's Wrong with Chewy Vuiton. *The Trademark Reporter*, 100. évf. 5. sz., 2010, p. 1104. Hasonló döntés született az alábbi ügyben: *Gen. Elec. Co. v. Alupma Coal Co.*, No. 79-1815, 1979 U.S. Dist. LEXIS 9197, at \*2, 4 5, D. Mass. Oct. 12, 1979.

5. *American Hero* döntés (1983).<sup>115</sup> Az 1938-ban először megjelent Superman karakter, jellegzetes piros és kék öltözetével és a mellkasán megtalálható „S” szimbólummal valószínűleg ugyancsak nem igényel bemutatást; az azóta a DC Comics-hoz tartozó szuperhős 1983-ban még a Warner Bros. Inc. társaság kezelésében állt.<sup>116</sup>

Az ABC televízió szeretett volna „Superboy” címmel egy, a Superman karakter gyermekkoráról szóló sorozatot készíteni, amely felvetéssel meg is kereste a Warnert, de a jogosult erre nem adott engedélyt. Az ABC ezért az American Broadcasting Companies társasággal közösen elkészítette a „*The Greatest American Hero*” című sorozatot, amelynek főszereplője a Ralph Hinkley nevű karakter, egy középiskolában oktató, elvált tanár, aki életében számos hétköznapi nehézséggel küzd, ám egy nap egy úrlénytől kap egy szuperhősruhát, ami különleges képességekkel ruházta fel.<sup>117</sup> Hinkley ugyanakkor szuperképességeit esetlenül és bizonytalanul használja, ezzel több humoros szituációba keveredik. A sorozatban említés szintjén többször gúnyosan Superman és a hozzá kapcsolódó karakterek is említésre kerülnek („*Superman wouldn't do it that way*”). Hinkley karaktere tehát több szempontból Superman antitézise, inverze, paródiája.<sup>118</sup>



5. ábra: Az 1983-ban megjelent Superman 3 egy jelenete (balra, forrás: imdb.com) és a „*The Greatest American Hero*” második évadának posztere (jobbra, forrás: amazon.com)

<sup>115</sup> Warner Brothers, Inc. v. American Broadcasting Companies, Inc. United States Court of Appeals for the Second Circuit 720 F.2d 231, 1983. Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914c378add7b049347c6b9d#>.

<sup>116</sup> Robert E. Vashko: Exploitation of the Comic Book Superhero. Loyola Intellectual Property & High Technology Law Quarterly, 3. sz., 1998, p. 44.

<sup>117</sup> Jodi Lauren Schapiro: Trademark Infringement: Pursuing Colorable Claims May Result in Paying King Size Damages. Loyola Entertainment Law Journal, 7. évf. 1. sz., 1987, p. 181.

<sup>118</sup> Lyombe Eko: Trademark Parody and the Mass Media: Going beyond Survey Evidence in the Determination of a Likelihood of Confusion. Communication Law and Policy, 3. évf. 4. sz., 1998, p. 600–602.

A kapcsolódó peres eljárásnak ugyan szerzői jogi vonzata is van – itt a bíróság nem talált olyan mértékű hasonlóságot Superman és Hinkley karaktere között, amely a szerzői jogi jogsértést megalapozta volna, ám az eljáró bíróság igen részletesen foglalkozott a Lanham Act szerinti *infringement* és *dilution* jogalpra helyezett igényekkel<sup>119</sup> is. Az előbbi tekintetében a bíróság nem azonosított érdemi összetéveszthetőséget, utóbbi tekintetében pedig szintén nem talált jogsértést:<sup>120</sup> „Még ha a Superman védjegyei nem is olyan elpusztíthatatlanok, mint az őket megtestesítő karakter, egyetlen ésszerű esküdtsek sem állapíthatná meg, hogy a Hero sorozat vagy a kapcsolódó 'promók' blurringet vagy tarnishmentet okoznának a védjegyek vonatkozásában.”<sup>121</sup>

6. *JORDACHE-döntés* (1987).<sup>122</sup> A Jordache Enterprises, Inc. a '80-as években az Egyesült Államok negyedik legnagyobb farmergyártója és -forgalmazója volt, emellett pedig a JORDACHE szóvédjegy és a kapcsolódó, lófejet mintázó ábrás védjegy jogosultja. A Hogg Wyld, Ltd. gazdasági társaság – amely később Oink, Inc. néven működött tovább – molett nőkre szabott, *plus size* farmereket árult THUNDER THIGHS, BUFFALO BUNS, CALVIN SWINE, RINO ASIRUS, HIPPO HOGGERS és a későbbi peres eljárás tárgyát képező LARDASHE – gyakorlatilag egy angol szóvicc, a *lard*, vagyis háj és *ashe* (szó szerint hamura fordítható, de kimondva az *ass*, vagyis fenék szóhoz hasonló) szavak összeolvasztásából – megjelöléssel ellátva.<sup>123</sup>



<sup>119</sup> Taylor E. Green: The Rogers Test Dances between Trademark Protection under the Lanham Act and Freedom of Speech under the First Amendment. The Trademark Reporter, 112. évf. 5. sz., 2022, p. 845.

<sup>120</sup> Alan J. Hartnick: Summary Judgement in Copyright: From Cole Porter to Superman. Cardozo Arts & Entertainment Law Journal, 3. évf. 1. sz., 1984, p. 60.

<sup>121</sup> Superman-döntés i. m. (115): „Even if Superman's trademarks are not as indestructible as the character that spawned them, no reasonable jury could find that the Hero series or 'promos' blurred or tarnished those marks.”

<sup>122</sup> Jordache Enters. v. Hogg Wyld, Ltd., 828 F.2d 1482, 1483 (10th Cir. 1987). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59148c51add7b049345305be>.

<sup>123</sup> Monique Bradley Lampke: Why the Fair Use Defense of Free Speech or Parody Under the Anticybersquatting Consumer Protection Act Needs Judicial Review by the United States Supreme Court. Minnesota Journal of Law Science & Technology, 11. évf. 1. sz., 2010, p. 278.

6. ábra: A Jordache '80-as években használt címkéje (balra, forrás: ebay.ca) és a Lardashe megjelölés (jobbra, forrás: tushnet.com)

Az eljáró bíróságnak mind *infringement*, mind pedig *dilution* alapon meg kellett vizsgálnia a megjelölés használatát. A Lanham Act szerinti összetéveszthetőség tekintetében számos szempont elemzésre került, mint a megjelölések hasonlósága, az alperes magatartásának célja, a fogyasztóknak a konkrét termékkör tekintetében mutatott gondossága, az esetleges konkrét összetéveszthetőség és a termékek minősége.<sup>124</sup> Ezek közül a legfontosabb az alperes magatartása, amely az eljáró bíróság olvasatában az eredeti megjelölés parodizálására irányult. A bíróság e körben számos releváns megállapítást tett, így többek között jelzi, hogy a védjegyparódia célja nem feltétlenül az összetéveszthetőség, vagy más megfogalmazásban „a paródiát készítő személy haszna azonban a humoros asszociációból fakad, nem pedig a védjegyek forrását illető megtévesztésből”.<sup>125</sup> A bíróság sommásan megjegyezte még, hogy „a paródiára irányuló szándék nem terjed ki a közönség megtévesztésére.”<sup>126</sup> A szempontok részletes vizsgálata alapján az eljáró bíróság nem találta alaposnak a felperesnek a védjegyjogi jogsértésre való hivatkozását.

A *dilution* tekintetében megvizsgálta mind az eredeti megjelölés megkülönböztetőképességének lerontását, az eredeti megjelöléssel kapcsolatos nem kívánt asszociáció kialakulását, ugyanakkor e tekintetben sem azonosított jogsértést. E körben kiemelés érdemel, hogy a bíróság meglátása szerint a paródia eredményeként az eredeti megjelölés ismertsége, megkülönböztetőképessége még erősödik is.<sup>127</sup>

7. L.L. Bean-döntés (1987). Az L.L. Bean az Egyesült Államokban évtizedeken keresztül üzemeltetett kiskereskedői hálózatot, a termékek árusítása többek között postai úton kiküldött termékkatalógusok útján valósult meg. A Drake Publishing, Inc. társaság a kiadója a „High Society” című, felnőtteknek szánt havilapnak, amelynek 1984. októberi lapszáma egy kétoldalas paródiát tartalmazott „L.L. Beam's Back-To-School-Sex-Catalog” címen.<sup>128</sup>

<sup>124</sup> Kemp, Forsythe, Jones: i. m. (77), p.

<sup>125</sup> Jordache-döntés i. m. (122) 1484–1489: „The benefit to the one making the parody, however, arises from the humorous association, not from public confusion as to the source of the marks.”

<sup>126</sup> Uo. „[a]n intent to parody is not an intent to confuse the public.”

<sup>127</sup> Blanke: i. m. (110), p. 1069.

<sup>128</sup> Frank M. Gaziano: Constitutional Law – Application of Antidilution Statute to Noncommercial Trademark Parody Offends First Amendment. Suffolk University Law Review, 22. évf. 3. sz., 1988, p. 860 és Miles J. Alexander, Michael K. Heilbronner: An Analysis of the Dilution Section of the Restatement (Third) of Unfair Competition. South Carolina Law Review, 47. évf. 4. sz., 1996, p. 653.

**L.L. Bean Makes Christmas Ordering Easy**

Many customers find the L. L. Bean catalog especially convenient for Christmas shopping. This year we have introduced some special services to ensure fast, accurate delivery of your order. Gifts from L. L. Bean

**Telephone Ordering**  
During this Christmas season, over 400 of our own operators will be ready to take your call. 24 hours a day, 7 days a week.  
To place an Order call: For Customer Service, call:  
**800-221-4221 800-341-4341**

Ordering by phone is fast and accurate. Delivery time can be shortened by days. For best service call between 9 PM and 11 PM EST. Our trained operators will answer any questions you have regarding a product and they will assist you in decisions regarding color and sizing. They are fully knowledgeable as to shipping schedules and product availability as well.  
Assistance with special orders, requests, advice or order status is available 24 hours a day from our knowledgeable Customer Service personnel. They are fully informed about our products and services and will answer any of your questions.

Prices in this catalog are in effect beginning July 16, 1984 and ending February 1, 1985 and supersede all others previously quoted.

**We Pay Postage**  
The postage costs on regular deliveries within the United States are prepaid by L. L. Bean, unless otherwise stated in this catalog, this means the price you see is the final cost. We ship primarily UPS, but we also offer special delivery services, including Federal Express. See order form for details.

**We Offer Guaranteed 4 Day Delivery**  
This Christmas, phone toll free for Federal Express Delivery. It is available for just \$7.50 per order per address. If you place your order before 5:00 PM, Monday through Friday, it will be shipped the next business day. L. L. Bean guarantees your order to reach its destination in just four days. See order form for details. For more information and faster service, call our operators 24 hours a day, 7 days a week.

**We Guarantee Satisfaction**  
All of our products are guaranteed to give 100 percent satisfaction in every way. Return anything purchased from us at any time if it proves otherwise. We will replace it, refund your purchase price or credit your credit card, as you wish. We do not want you to have anything from L. L. Bean that is not completely satisfactory.

**Boat and Tote® Bags**  
Handy tote bags for hoisters and campers. Sturdily constructed from extra-heavy white duck. While the larger size was designed to carry in, the capacity is very useful in carrying and protecting bulky and odd shaped gear or clothing. The smaller size is excellent for shopping or as a book bag.  
Three colors: White with Red trim. White with Green trim. White with Blue trim. Please specify color.  
Small measures 6" x 13½" x 12" high. Wt. 16 oz.  
Large measures 8" x 17" x 16" high. Wt. 26 oz.  
8711L Small, \$10.75 ppd.  
8712L Large, \$12.75 ppd.

**New Boat and Tote® Bags**  
Made with the same heavy duty fabric as our Boat and Tote® Bags in bold new colors. Strong web handle is comfortable and extends to the bottom of the bag for better load-control. Large version has 4" x 6" exterior pocket for car keys, plane tickets.  
Small measures 6" x 13½" x 12" high. Wt. about 16 oz.  
Large measures 8" x 17" x 16" high. Wt. about 26 oz.  
8561L Small New Boat and Tote Bag, \$15.00 ppd.  
8562L Large New Boat and Tote Bag, \$20.00 ppd.

Four colors:  
Navy with Red trim. Red with Navy trim.  
Navy with Green trim. Green with Navy trim.  
Please specify color.



7. ábra: Az L. L. Bean 1984. évi, karácsonyi katalógusának részlete (forrás: archive.org)

A kapcsolódó peres eljárás különös jelentőséggel bír, mivel az eljáró fellebbviteli bíróság különös hangsúlyt fektetett érvelésében a véleményszabadság érvényesülésére, részletesen elemezve, hogy a Dallas Cowboys-döntéssel ellentétben ezen jogvitában, a *dilution* alapú igények értékelése során miért nem lehet az alapjogok közötti ütközés kérdését a tulajdonhoz való jog mellett eldönteni.<sup>129</sup> A bíróság érvelésében kifejti, hogy míg a Dallas Cowboys-döntés mögötti jogvitában egyértelműen kereskedelmi jellegű volt a megjelölés használata – egy termék, a *Deby Does Dallas* című film értékesítéséhez kapcsolódott –, addig a *High Society* releváns lapszámában megvalósuló használat nem a paródiában szereplő termékek értékesítését, hanem a véleménynyilvánítást szolgálta,<sup>130</sup> így tehát kívül esett a kereskedelmi

<sup>129</sup> *Tyrone Tasker: Parody or Satire as a Defense to Trademark Infringement. The Trademark Reporter*, 77. évf. 3. sz., 1987, p. 222.

<sup>130</sup> *Mark A. Dagitz: Trademark Parodies and Free Speech: An Expansion of Parodists' First Amendment Rights in L.L. Bean, Inc. v. Drake Publishers, Inc. Iowa Law Review*, 73. évf. 4. sz., 1988, p. 964.

használat és potenciálisan a védjegyjogosult kizárólagos jogainak keretein.<sup>131</sup> A döntés több ponton megerősíti a paródia társadalmi értékeit, illetve kifejezi ellenérzéseit a kritikus véleménynyilvánítás védjegyjogi alapon való korlátozása tekintetében.<sup>132</sup> A fellebbviteli bíróság végül az alábbi, sommás megállapítással zárja döntését: „*Ha megtagadnánk a parodistáktól a lehetőséget, hogy gúnyt űzzenek olyan szimbólumokból és nevekből, amelyek mindennapi életünk szövetébe szőtték magukat, az a véleménynyilvánítás egy védett formájának súlyos korlátozását jelentené.*”<sup>133</sup>

8. *Campbell-döntés (1994)*. Nem túlzás azt állítani, hogy a Campbell-döntés az Egyesült Államok bírói gyakorlatában a paródiacélú felhasználások szerzői jogi megítélésének fundamentuma,<sup>134</sup> ugyanakkor ennek a döntésnek védjegyjogi relevanciái is vannak. A tényállás alapján a 2 Live Crew elnevezésű hip-hop együttes át szeretne volna dolgozni a „*Pretty woman*” (Micsoda nő!) című film Roy Orbison által szerzett, „*Oh, Pretty woman*” című betétdalát. Az együttes megpróbált a vagyoni jogok jogosultjától, vagyis az Acuff Rose Music társaságtól engedélyt szerezni a felhasználáshoz,<sup>135</sup> ám ezt elutasították,<sup>136</sup> vagyis a 2 Live Crew nem kapott engedélyt a felhasználásra.<sup>137</sup> Az együttes az engedély megtagadásával nem törődve mégis elkészítette az eredeti betétdal paródiáját, és megjelentette azt az „*As Clean As They Wanna Be*” lemezén, „*Pretty Woman*” címmel.

<sup>131</sup> *Bobby Bell*: The First Amendment Right to Free Speech and Trademark Parodies. *Journal of Contemporary Legal Issues*, 12. évf. 1. sz., 2001, p. 364.

<sup>132</sup> *Mark V. B. Partridge*: Trademark Parody and the First Amendment: Humor in the Eye of the Beholder. *John Marshall Law Review*, 29. évf. 4. sz., 1996, p. 882.

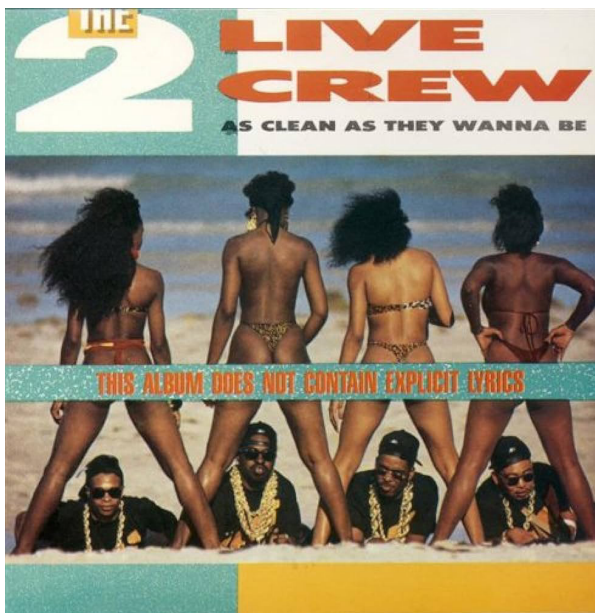
<sup>133</sup> L.L. Bean-döntés i. m. (1): „Denying parodists the opportunity to poke fun at symbols and names which have become woven into the fabric of our daily life, would constitute a serious curtailment of a protected form of expression.”

<sup>134</sup> *Anna Schuler*: Insta-Appropriation – Finding Boundaries for the Second Circuit’s Fair Use Doctrine after Campbell. *Fordham Law Review*, 85. évf., 2016, p. 367–397.

<sup>135</sup> *Peter S. Menell*: Adapting Copyright for the Mashup Generation. *University of Pennsylvania Law Review*, 164. évf., 2016, p. 474.

<sup>136</sup> *Gary Myers*: Trademark Parody: Lessons from the Copyright Decision in *Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc.* *Law and Contemporary Problems*, 59. évf. 2. sz., 1996, p. 184.

<sup>137</sup> *Tara M. Warrington*: Harry Potter and the Doctrine of Fair Use – Conjuring a New Copyright Complaint. *Florida Coastal Law Review*, 10. évf., 2009, p. 639.



8. ábra: A 2 Live Crew „As Clean As They Wanna Be” című lemezének borítója (forrás: amazon.ca)

Az Acuff Rose társaság a felhasználással kapcsolatban polgári peres eljárást indított szerzői jogainak megsértése miatt. A bíróságnak többek között azzal kapcsolatban kellett állást foglalnia, hogy a 2 Live Crew által alkalmazott szókimondó<sup>138</sup> – sőt, obszcén – szövegezés, illetve a felhasználás kereskedelmi jellege<sup>139</sup> – tekintettel arra, hogy a lemez a keresetlevél beadásakor már egy éve forgalomban volt, és mintegy negyedmillió példányt értékesítettek belőle – akadályát képezi-e a szerzői jogi fair use-teszt alapján való kimentésnek, a négy nevesített faktorba ütközik-e. E tekintetben a bíróság kimondta, hogy a) a felhasználás megítélése, fair jellege nem függhet attól, hogy az megfelel-e a jóízlés követelményeinek;<sup>140</sup> b) a kereskedelmi jelleg fennállása önmagában nem alkalmas arra, hogy ellehetlenítse a szabad

<sup>138</sup> Judith B. Prowda: Parody and Fair Use in Copyright Law: Setting a Fairer Standard in Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc. Communications and the Law, 17. évf., 1995, p. 91.

<sup>139</sup> Bruce P. Keller, David H. Bernstein: As Satiric as They Wanna Be: Parody Lawsuits under Copyright, Trademark, Dilution and Publicity Laws. The Trademark Reporter, 85. évf., 1995, p. 243–244.

<sup>140</sup> Ann Bartow: Bloodsucking Copyright. Maryland Law Review, 70. évf., 2011, p. 80, és Campbell-döntés i. m. (57): „Whether, going beyond that, parody is in good taste or bad does not and should not matter to fair use.”

felhasználási esetre való hivatkozást;<sup>141</sup> c) figyelembe kell venni azt is, hogy rendelkezik-e a felhasználás átalakító, transzformatív jelleggel;<sup>142</sup> és d) az átdolgozott mű valószínűleg nem fogja helyettesíteni az eredeti művet, nem érinti negatívan annak piacát.<sup>143</sup>

Az esetnek közvetlen védjegyjogi relevanciája nincs,<sup>144</sup> ugyanakkor, ahogyan arra több szerző is rámutat, közvetetten mégis befolyásolta a védjegyjogi paródia bírói gyakorlatát: a döntés után ugyanis nemcsak a szerzői jogi, hanem a védjegyjogi bírói gyakorlat is megengedőbbé vált,<sup>145</sup> a Campbell-döntést ráadásul több védjegyjogi jogvitát lezáró ítélet is hivatkozta, idézi.<sup>146</sup> A *fair use*-tesztnak az itt lefektetett értelmezése védjegyjogi szempontból is adaptálható lehet, az összetéveszthetőség mérlegelése során adekvát szempontrendszer adhat a bíróság számára: így szem előtt kell tartani, hogy az eredeti megjelölés felidézése szükségszerű eleme a paródiának, és hogy az érintett termékek vagy szolgáltatások piacának átfedése releváns a használat megítélése szempontjából, továbbá hogy a kereskedelmi cél önmagában nem teszi jogsértővé a védjegy jog által védett megjelölés használatát.<sup>147</sup>

9. SPAM-döntés (1996).<sup>148</sup> A Hormel Foods Corp. gazdasági társaság a gyártója a SPAM megjelölés alatt forgalmazott előfőzött sertéshúsból – lapockából, sonkából és kocsonyából – só és fűszerek hozzáadásával készült vagdalthúskonzerv terméknek (gyakorlatilag egy lönchúskonzerről van szó), amely az egész Egyesült Államokban és a popkultúrában is ismertséggel bír.<sup>149</sup> A SPAM megjelölés egyúttal védjegyjogtalmat is élvez.

A Jim Henson Productions a jogosultja a *muppets* univerzumhoz tartozó karaktereknek – mint Breki, a béka (*Kermit*), Elmo vagy Miss Röfi (*Miss Piggy*) –, amelyek számos könyvben, filmben és televíziós műsorban jelentek meg. A *Muppet Treasure Island* (Muppet kincses sziget) című, a franchise stílusához igazodóan gyermekeknek szánt mesefilmben megjelenik egy, a történet szempontjából alapvetően pozitív szereplőként beállított vaddis-

<sup>141</sup> Campbell-döntés i. m. (57): „The language of the statute makes clear that the commercial or non-profit educational purpose of a work is only one element of the first factor enquiry into its purpose and character.”

<sup>142</sup> L. még: *Brian Sites*: Fair Use and the New Transformative. *Columbia Journal of Law & the Arts*, 39. évf., 2016, p. 513–550.

<sup>143</sup> *Robyn M. Flegal*: Diametrically Opposing Viewpoints – Why Polar Opposites Should Not Attract the Parody Label Under the Fair Use Exception to Copyright Infringement. *Journal of Intellectual Property Law*, 21. évf., 2013, p. 112.

<sup>144</sup> *Simon*: i. m. (36), p. 1025.

<sup>145</sup> *McGeveran*: i. m. (108), p. 715 és *Said*: i. m. (90), p. 593.

<sup>146</sup> *Simon*: i. m. (36), p. 1058.

<sup>147</sup> *Myers*: i. m. (136), p. 205–206.

<sup>148</sup> *Hormel Foods Corp. v. Henson Prods., Inc.*, 73 F.3d 497, 508 (2d Cir. 1996). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914bd17add7b049347a0575>.

<sup>149</sup> L. a kapcsolódó Wikipedia-szócikket: [https://en.wikipedia.org/wiki/Spam\\_\(food\)#In\\_popular\\_culture](https://en.wikipedia.org/wiki/Spam_(food)#In_popular_culture).



nókarakter is, „Spa’am” néven. A Hormel Foods ugyanakkor *infringement* és *dilution* alapon is jogsértőnek találta a használatot, így bírósághoz fordult.<sup>150</sup>



9. ábra: A SPAM termék (balra, forrás: britannica.com) és  
a Muppet Treasure Island Spa'am karaktere (jobbra, forrás: muppet.fandom.com)

Az *infringement* tekintetében mind az elsőfokú, mind a fellebbviteli bíróság a Polaroid-ügyben<sup>151</sup> kidolgozott szempontrendszert vette alapul, így vizsgálta a védjegyjoltalom alatt álló megjelölés erősségét, a megjelölések közötti hasonlóságot, a termékek érintett piaci közötti átfedést, a vélt jogsértő piacra lépési szándékát, a lehetséges és a valós összetéveszthetőség fennállását, az esetlegesen fennálló rosszhiszeműséget, a fogyasztók tájékozottságát és a termékek minőségét, ugyanakkor egyik tekintetben sem azonosított olyan körülményt, amely jogsértésre engedne következtetni.<sup>152</sup>

A *dilution* vonatkozásában, *blurring* oldalról a Jordache-döntésben eljáró bíróság álláspontjával azonosan kimondta, hogy a paródia a megkülönböztetőképesség erősödését eredményezheti, míg *tarnishment* oldalról szintén nem azonosított problémát, mivel a „Spa’am” karakter alapvetően pozitív színben került feltüntetésre.<sup>153</sup> Végezetül az eljáró bíróság, utalva az eredeti termék összetételére, epésen megjegyezte, hogy „[a]z ehhez hasonló, többé-kevésbé humoros felvetések láttán azt gondolhatnánk, hogy a Hormel örülne a valódi sertéshús-forrással való asszociációnak”.<sup>154</sup>

<sup>150</sup> Keren Levy: Trademark Parody: A Conflict between Constitutional and Intellectual Property Interests. George Washington Law Review, 69. évf. 3. sz., 2001, p. 441.

<sup>151</sup> Polaroid Corp. v. Polarad Electronics Corp., 287 F.2d 492, 495 (2d Cir.), cert. denied, 368 U.S. 820 (1961).

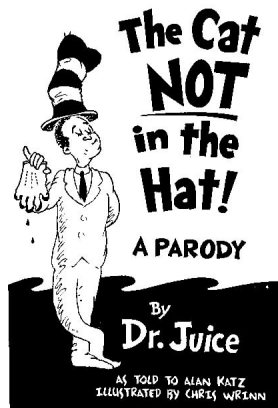
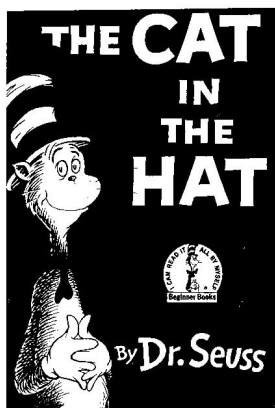
<sup>152</sup> Justin J. Gunnell: Evaluation of the Dilution-Parody Paradox in the Wake of the Trademark Dilution Revision Act of 2006. Cardozo Arts & Entertainment Law Journal, 26. évf. 2. sz., 2008, p. 459.

<sup>153</sup> Adelman: i. m. (95), p. 86.

<sup>154</sup> Spam-döntés i. m. (148) 501. „In view of the more or less humorous takeoffs such as these, one might think Hormel would welcome the association with a genuine source of pork.”

10. *Seuss-döntés* (1997).<sup>155</sup> Dr. Seuss – vagyis Theodor Seuss Geisel – az Egyesült Államok egyik legnépszerűbb, és kifejezetten egyedi, mind képi világában, mind kifejezőmódjában beazonosítható stílusú gyermekkönyvírója és illusztrátora, egyik leghíresebb műve pedig az 1957. évben publikált „*The Cat in the Hat*” (Kalapos macska) című alkotása, amely az eset kapcsán is előtérbe került.<sup>156</sup>

A tényállás alapján a Penguin Books kiadó gondozásában megjelent a „*The Cat Not in the Hat – A Parody*” című könyv, amelyet a fiktív szerző, dr. Juice nevében adtak ki, és a hírhedt O. J. Simpson nevéhez köthető kettős gyilkosságot dolgozta fel.<sup>157</sup> A könyv mind képi világában, mind pedig szövegezésében nagymértékben hasonlított Seuss alkotásaira,<sup>158</sup> címe és egyes átírt részek miatt különösen a fent már ismertetett, „*The Cat in the Hat*” című műre.



10. ábra: Dr. Seuss: *The Cat in the Hat* (balról),  
Dr. Juice: *The Cat Not in the Hat – A Parody*, Penguin Books (jobbról).  
(A képek forrása egységesen: [blogs.harvard.edu](http://blogs.harvard.edu))

A döntés szerzői jogi szempontból kiemelt jelentőséggel bír, mivel a cél- és eszközparódia (*target parody*, *weapon parody*) *fair use*-teszt szerinti megítélése tekintetében a bíróság a

<sup>155</sup> Dr. Seuss Enters., LP v. Penguin Books USA, Inc., a továbbiakban: Seuss. 109 F.3d 1394 (9th Cir. 1997). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914820dadd7b0493448f3ed>.

<sup>156</sup> David A. Simon: Reasonable Percetion and Parody in Copyright Law. Utah Law Review, 2010. 3. sz., p. 846.

<sup>157</sup> Bartow: i. m. (140), p. 81.

<sup>158</sup> Bruce P. Keller, Rebecca Tushnet: Even More Parodic than the Real Thing: Parody Lawsuits Revisited. The Trademark Reporter, 94. évf., 2004, p. 987.

Bourn-döntés<sup>159</sup> meghatározó megállapításokat tett,<sup>160</sup> ugyanakkor az ítélet védjegyjogi szempontból is vizsgálta a peres felek közötti jogvitát, a DR. SUESS és a THE CAT IN THE HAT megjelölésű védjegyekre támaszkodva.

Az eljáró bíróság a Sleekcraft-ügyben<sup>161</sup> kimunkált tesztet vette alapul az összetéveszhetőség vizsgálata során, amelynek keretében az alábbi szempontokat vizsgálta meg: az eredeti megjelölés erőssége, a termék hasonlósága, a megjelölések hasonlósága, a tényleges összetéveszhetőség mértéke, az igénybe vett marketingcsatornák, a fogyasztók gondossági szintje és az alperes szubjektív tudattartama. A paródiacélú használat tekintetében a bíróság leszögezi, hogy önmagában a paródiára való hivatkozás nem jelent automatikus mentesülést egy esetleges jogsértés alól, ugyanakkor ez egy szempont lehet az összetéveszhetőség vizsgálata során: „Egy hagyományos, összetévesztés valószínűségére alapozott védjegybitorlási perben a paródiára való hivatkozás nem önálló 'védekezés', hanem csupán egy módja annak a bevett kimentésnek a megfogalmazására, miszerint nem valószínű, hogy a fogyasztókat megtévesztenék a származás, a támogatottság vagy a helyeslés tekintetében.”<sup>162</sup> Végül a bíróság – a szerzői jogi igényekkel ellentétben – nem látta megalapozottnak a védjegyjogi jogsértést, sem *infringement*, sem *dilution* alapon.<sup>163</sup>

11. *BARBIE-döntés (2002)*.<sup>164</sup> A Mattel, Inc. által forgalmazott Barbie babák valószínűleg nem igényelnek bemutatást, a játékok az '50-es évek óta szimbólummá, popkulturális ikonná nőttek ki magukat. Valószínűleg pontosan ezt a népszerűséget kívánta meglovagolni az Aqua nevű dán együttes, amikor 1997-ben elkészítették „*Barbie girl*” című dalukat, illetve az ahhoz kapcsolódó videoklipet.<sup>165</sup> A dal mind címében, mind szövegében tartalmazza a

<sup>159</sup> Bourne Co. v. Twentieth Century Fox Film Corp., a továbbiakban: Family Guy. 602 F. Supp.2d 499 (2009). Elérhető: <https://goo.gl/BPU9p0>.

<sup>160</sup> Seuss-döntés i. m. (155): „Although The Cat NOT in the Hat! does broadly mimic Dr. Seuss' characteristic style, it does not hold his style up to ridicule. The stanzas have 'no critical bearing on the substance or style of' The Cat in the Hat. ... Because there is no effort to create a transformative work with 'new expression, meaning, or message,' the infringing work's commercial use further cuts against the fair use defense.” L. David McBride: Same Song, Different Verse – Parody as Fair Use After Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc. Oklahoma Law Review, 48. évf., 1995, p. 646; Alexander H. Rogers, Cathy Ann Bencivengo: Dr. Seuss v. Penguin Books: Would-be Parody Fails to Meet the Targeting Requirement. IPL Newsletter, 15. évf. 3. sz., 1997, p. 22; Andrew Watt: Parody and Post-Modernism: The Story of Negativland. Columbia Journal of Law & The Arts, 25. évf. 2. sz., 2002, p. 184; Ochoa: i. m. (81), p. 592–594 és Little: i. m. (94), p. 1262.

<sup>161</sup> AMF Inc. v. Sleekcraft Boats, 599 F.2d 341 (9th Cir. 1979). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59149348add7b049345a7405>.

<sup>162</sup> Seuss-döntés i. m. (155) 1398. „In a traditional trademark infringement suit founded on the likelihood of confusion rationale, the claim of parody is not really a separate 'defense' as such, but merely a way of phrasing the traditional response that customers are not likely to be confused as to the source, sponsorship or approval.”

<sup>163</sup> Ochoa: i. m. (81), p. 631 és Blanke: i. m. (110), p. 1075.

<sup>164</sup> Mattel, Inc. v. MCA Records, Inc., 28 F. Supp. 2d 1120, 1125 (C.D. Cal. 1998). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914bb9aadd7b04934797841>.

<sup>165</sup> Elérhető: <https://youtu.be/ZyhrYis509A?si=B05FUxoVQhZbw0Th>.

védjegyoltalom alatt álló BARBIE megjelölést, kétértelmű, néhol szexuális áthallású szövege görbe tükröt állít a védjegyjogosult által képviselni kívánt érték elé.<sup>166</sup>

<p><b>Aqua – Barbie girl</b> (részletek)</p> <p>„I’m a Barbie girl, in the Barbie world Life in plastic, it’s fantastic You can brush my hair, undress me everywhere Imagination, life is your creation ... I’m a blonde bimbo girl in a fantasy world Dress me up, make me tight, I’m your dolly You’re my doll, rock and roll, feel the glamor in pink Kiss me here, touch me there, hanky-panky ... Make me walk, make me talk, do whatever you please I can act like a star, I can beg on my knees Come jump in, bimbo friend, let us do it again Hit the town, fool around, let’s go party”</p>
--

A kapcsolódó peres eljárásban az eljáró bíróság többször hangsúlyozta, hogy a védjegyjogosult kizárólagos jogai nem korlátlanok, a véleményszabadság gyakorlásának biztosítása pedig olyan szempont, amit a döntéshozatal során mérlegelni szükséges: „Egyszerűen fogalmazva, a védjegyjogosultnak nincs joga ellenőrizni a közéleti diskurzust, amikor a közvélemény a védjegyét a forrásmegjelölő funkcióján túlmutató jelentéstartalommal ruházza fel.”<sup>167</sup> A bíróság a fent ismertetett Seuss-döntésre hivatkozással külön leszögezi, hogy jelen esetben célparódia (*target parody*) valósul meg, mivel az Aqua dala a Mattel és annak terméke, nem egy egyéb, külső körülmény tekintetében fogalmaz meg véleményt. Ezen az alapon sem összetéveszthetőség, sem pedig az ebből fakadó jogsértés nem volt megállapítható.<sup>168</sup>

Ezen túlmenően ugyanakkor a Mattel *dilution* alapon is támadta az Aqua védjegyhasználatát. A bíróság meglátása szerint bár a konkrét ügyben a *blurring* tankönyvi esete áll fenn,

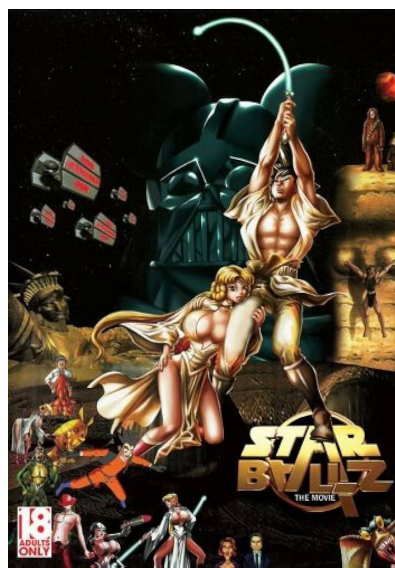
<sup>166</sup> Blanke: i. m. (110), p. 1077.

<sup>167</sup> Barbie-döntés i. m. (164) 900. „Simply put, the trademark owner does not have the right to control public discourse whenever the public imbues his mark with a meaning beyond its source-identifying function.”

<sup>168</sup> Sara Gold: Honey Badger Don’t Care, but the Legal Community Does. Wake Forest Journal of Business and Intellectual Property Law, 19. évf. 4. sz., 2019, p. 386.

hiszen az eredeti védjegy megkülönböztetőképesége romlik,<sup>169</sup> a fogyasztók a megjelölésről a jövőben a dalra is asszociálni fognak, ugyanakkor a használat során megvalósuló, nem kereskedelmi jellegű véleménynyilvánítás okán – amely a kereskedelmi jellegű dalforgalmazással párhuzamosan valósult meg – a jogsértés alóli kivételek alá vonható; így tehát az Aqua a paródia során jogszerűen járt el.<sup>170</sup>

12. *Star Wars*-döntés (2002).<sup>171</sup> A Csillagok háborúja minden idők harmadik legjövendőbb filmes franchise-a,<sup>172</sup> ismertsége pedig olyan jellegű paródiáknak is tárgyává teheti, amelyeket csak felnőtt közönségnek szántak. Így történt a Media Market Group, Ltd. által gyártott és forgalmazott animációs film esetében is, amely kifejezetten pornográf jelleggel dolgozta át az első *Star Wars* film eseményeit „*Starballz*” címmel.<sup>173</sup>



11. ábra: Az eredeti Csillagok háborúja filmplakát 1977-ből (balra, forrás: amazon.com) és a *Starballz* c. animációs film plakátja (jobbra, forrás: amazon.co.uk)

<sup>169</sup> M. P. Ram Mohan, Aditya Gupta: Litigating Barbie: Trademark Infringement, Parody and Free Speech. Delaware Journal of Corporate Law, 47. évf. 1. sz., 2022, p. 44.

<sup>170</sup> Shipley: i. m. (103), p. 555. és Palágyi Tivadar: Külföldi hírek az iparjogvédelem területéről. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 108. évf. 3. sz., 2003. június. Elérhető: <https://www.szttnh.gov.hu/hu/kiadv/ipsz/200306/09-nemzkit.html>.

<sup>171</sup> Lucasfilm Ltd. v. Media Market Group, Ltd. No. C 01-04041 CW (N.D. Cal. Jan. 8, 2002). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59147be3add7b049344250c8>.

<sup>172</sup> Timea Bebakova: 20 Highest-Grossing Movie Franchises of All Time. Movieweb.com, 2023. szeptember 24. Elérhető: <https://movieweb.com/highest-grossing-movie-franchises/#star-wars-mdash-10-32b>.

<sup>173</sup> Blanke: i. m. (110), p. 1076.

A jogosult Lucasfilm Ltd. szerzői jogi és védjegyjogi jogsértésre is hivatkozott, utóbbi tekintetében *infringement* és *dilution* jogséteken egyaránt. Szerzői jogi oldalról a felhasználás megfelelt a fair use-tesztnek;<sup>174</sup> védjegyjogi oldalról az eljáró bíróság mind az eredeti védjegy ismertsége, mind pedig a használat jellege okán nem találta alaposnak az összetéveszthetőségre való hivatkozást: „Ebben az esetben egyetlen ésszerű fogyasztó sem fogja összetéveszteni a Star Wars és a Starballz megjelöléseket; utóbbi pornográf besorolású animációs film, amelyet ritkán értékesítenek ugyanazonokon a marketingcsatornákon, mint a Csillagok háborúját.”<sup>175</sup> A *dilution* tekintetében a bíróság, hivatkozva a Barbie-döntésben foglaltakra, a paródiát olyan véleménynyilvánításnak minősítette, amely egyrészt alapjogi védelemben részesül, másrészt pedig nem kereskedelmi jellegű, így a védjegyből fakadó kizárólagos jogok sérelmének megállapítását e körben sem látta indokoltnak.<sup>176</sup>

13. TOMMY HILFIGER-döntés (2002).<sup>177</sup> A Nature Labs, LLC. gazdasági társaság kisállatoknak szánt parfüm termékeket gyárt és forgalmaz, amelyek nevei híres divatipari cégek elnevezéseire hasonlító szójátékokat tartalmaznak, mint pl. a CK-9 (Calvin Klein's CK-1), PUCCI (GUCCI), MISS CLAYBONE (LIZ CLAIBORNE) vagy a jelen eljárás tárgyát képező TIMMY HOLEDIGGER, amely a Tommy Hilfiger Licensing, Inc. társaság védjegyéhez hasonlít.<sup>178</sup>



12. ábra: A Tommy Hilfiger 000131631 lajstromszámú uniós védjegye (balra, forrás: euipo.europa.eu) és a Timmy Holedigger termék (jobbra, forrás: amazon.com)

<sup>174</sup> Rebecca Tushnet: My Fair Ladies: Sex, Gender, and Fair Use in Copyright. American University Journal of Gender, Social Policy & the Law, 15. évf. 2. sz., 2007, p. 284.

<sup>175</sup> Star Wars-döntés i. m. (171): „In this case, no reasonable consumer is likely to be confused between Star Wars and Starballz, which is labeled as an adult film, is animated, and is rarely sold in the same marketing channels as Star Wars.”

<sup>176</sup> Kemp, Forsythe, Jones: i. m. (77), p. 165 és Michael K. Cantwell: Confusion, Dilution and Speech: First Amendment Limitations on the Trademark Estate: An Update. The Trademark Reporter, 94. évf. 3. sz., 2004, p. 570.

<sup>177</sup> Tommy Hilfiger Licensing, Inc. v. Nature Labs, LLC, 221 F. Supp. 2d 410, 412 (S.D.N.Y. 2002). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59147adeadd7b04934412be1>.

<sup>178</sup> Black, Brockman: i. m. (82), p. 56.

A kapcsolódó peres eljárásban, az *infringement* jogalapot az eljáró bíróság két szempontból vizsgálta meg. Egyrésztől azonosította, hogy a jelen jogvitában paródiáról van szó, amely szükségessé teszi a releváns alapjogi szempontok figyelembevételét és a védjegyjogosultnak biztosított kizárólagos jogok szűkebb értelmezését. Emellett az összetéveszthetőség kérdését a fent már idézett Polaroid-ügyben kimunkált teszt szerinti szempontrendszer alapján is megvizsgálta, de nem talált olyan körülményt, amely jogsértés megállapításához vezetne:<sup>179</sup> „A fenti tényezők elemzése arra enged következtetni, hogy az összetéveszthetőségre való perbeli hivatkozásnak nincs tényszerű alapja. Az alperes védjegyhasználatát sokkal inkább nyilvánvaló paródia vagy szójáték, könnyen felismerhető, és nem valószínű, hogy a fogyasztók körében összetéveszthetőséget eredményezne.”<sup>180</sup>

A *dilution* mindkét formájának vizsgálata során a bíróság arra a következtetésre jutott, hogy a *blurring* a paródia esetében egyáltalán nem valószínű, a használat valószínűleg inkább erősíti, de nem rontja le az eredeti megjelölés megkülönböztetőképességét, *tarnishment* oldalról pedig nem látta bizonyítottnak, hogy a megjelölésnek kisállatokkal vagy esetlen szóviccekkel való asszociációja káros lenne a jogosultra nézve.<sup>181</sup>

14. LOUIS VUITTON-I-döntés (2007).<sup>182</sup> A Louis Vuitton Malletier S.A. egy világszerte ismert, luxus divatmárka jogosultja. Olyan megjelölések tartoznak kizárólagos jogai körébe, mint a LOUIS VUITTON és az LV szóvédjegy. A Haute Diggity Dog, LLC gazdasági társaság nagy presztízsű védjegyekhez kapcsolódó termékeket parodizáló kutyajátékokat fogalmaz, olyan fantázianeveken, mint például a CHEWEL NO. 5 (CHANEL NO. 5), a FURCEDES (MERCEDES), a DOG PERIGNONN (DOM PERIGNON), a SNIFFANY CO. (TIFFANY CO.), a DOGIOR (DIOR) vagy a jelen peres eljárás tárgyát képező CHEWY VUITON.<sup>183</sup>

A kapcsolódó peres eljárásban az eljáró bíróság *infringement* jogalap vizsgálatához két tesztet is igénybe vett. Egyrésztől PETA-döntésben<sup>184</sup> kimunkált szempontok szerint a paródiának egyszerre két, egymással ellentétes üzenet kell közvetítenie, miszerint a megjelölés eredeti, de egyúttal mégsem az. Utóbbi tekintetében a bíróság megállapította, hogy „[e]nnek a második üzenetnek nemcsak az állítólagos paródiát kell megkülönböztetnie az

<sup>179</sup> Niharika Bodla: Comparative Advertising and Trademark Infringement. International Journal of Law Management & Humanities, 2020. 3. sz., p. 603–604.

<sup>180</sup> Tommy Hilfiger-döntés i. m. (177) 420. „An analysis of the foregoing factors yields the conclusion that there is no triable issue of fact on the likelihood of confusion. Rather, defendant’s use of the mark is an obvious parody or pun, readily so perceived, and unlikely to cause confusion among consumers.”

<sup>181</sup> *Blanke*: i. m. (110), p. 1081.

<sup>182</sup> Louis Vuitton Malletier S.A. v. Haute Diggity Dog, LLC, 507 F.3d 252, 252 (4th Cir. 2007). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59146c84add7b04934311d58>.

<sup>183</sup> *Black, Brockman*: i. m. (82), p. 55.

<sup>184</sup> *People for the Ethical Treatment of Animals v. Doughney* („PETA”), 263 F.3d 359, 366 (4th Cir.2001). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/59147c6eadd7b0493442eb4b>.

eredetitől, hanem a satíra, a nevetségessé tétel, a viccelődés vagy a szórakoztatás valamilyen kifejezhető elemét is közvetítenie kell.”<sup>185</sup>



13. ábra: A Louis Vuitton által forgalmazott kézitáska (balra, forrás: 1stdibs.com) és a CHEWY VUITTON kutyajátékok (jobbra, forrás: hautediggitydog.com)

Tehát a paródia védjegyjogi megítélése során relevanciával bír az eredeti megjelöléstől való távolságtartás, amely a konkrét esetben egy minőségi, kevesek számára megengedhető luxusmárka és egy olcsó, egyszerű, kutyáknak szánt játék, az egyszerű, hétköznapi fogyasztói termék összekapcsolásából áll. A fentiek alapján a bíróság meglátása szerint a paródia az esetjog alapján sikeresnek tekinthető. Az összetéveszthetőség tekintetében a Pizzeria Uno-döntésben<sup>186</sup> kimunkált teszt került alapul vételre, amelynek elemei az alábbiak: a felperes megjelölését övező megkülönböztetőképeség erőssége, a két megjelölés hasonlósága, a termékek hasonlósága, a forgalmazás hasonlósága, a kapcsolódó reklámtevékenység hasonlósága, az alperes célja a felhasználással és a konkrét, bizonyítható összetéveszthetőség. A bíróság az egyes szempontok vizsgálatát követően nem állapított meg összetéveszthetőséget a használat vonatkozásában.<sup>187</sup>

A *dilution* jogalpra helyezett igények tekintetében a bíróság ugyancsak állást foglalt. A *blurring* tekintetében a Tommy Hilfiger-döntéshez hasonló megállapításra jut, miszerint a paródia esetén egyáltalán nem tekinthető valószínűnek a megkülönböztetőképeség romlása.<sup>188</sup> A felperes a *tarnishment* vonatkozásában csak arra hivatkozott, hogy az olcsó kutya-

<sup>185</sup> LOUIS VUITTON-I-döntés i. m. (182) 260. „This second message must not only differentiate the alleged parody from the original but must also communicate some articulable element of satire, ridicule, joking, or amusement.”

<sup>186</sup> Pizzeria Uno Corp. v. Temple. 747 F.2d 1522 (4th Cir. 1984) 224 U.S.P.Q. 185. Elérhető: <https://casetext.com/case/pizzeria-uno-corp-v-temple-2#p1527>.

<sup>187</sup> Paul M. Matenaer: Never Tell Me the Odds: How to Avoid Infringement When Alluding to Copyrighted Works in Branding. Chicago-Kent Journal of Intellectual Property, 22. évf. 1. sz., 2022, p. 105.

<sup>188</sup> Gunnell: i. m. (152), p. 468.



játékok fulladást okozhatnak, ami a használat miatt ronthatja az eredeti megjelölés pozitív megjelölését, de ezt a bíróság nem látta bizonyítottnak, így jogsértést sem állapított meg.<sup>189</sup>

15. *BUDWEISER*-döntés (2008).<sup>190</sup> Az Anheuser-Busch, Inc. az Egyesült Államok legnagyobb sörgyártója, egyik legismertebb termékük pedig a *BUDWEISER*, amelynek címkéje védjegyoltalom alatt áll. Az Anheuser-Busch ezen túlmenően számos terméket, például kutyák számára szánt kiegészítőket is forgalmaz, amelyeken ugyancsak feltünteti a fenti megjelölést. A VIP Products, LLC kutyák számára szánt termékeket, elsősorban rágójátékokat forgalmaz, egyik ilyen terméke a söröspalack alakú, ButtWiper megjelölésű játék.<sup>191</sup>



14. ábra: A *BUDWEISER* (balra, forrás: hpr.com) és a *BUTTWIPE*R termék (jobbra, forrás: supremecourt.gov)

Az eljáró bíróság az *infringement*tel kapcsolatos kereseti kérelem vizsgálatára helyezte a hangsúlyt, amelyet a Walt Disney-döntésben<sup>192</sup> kimunkált tesztre alapozott, ennek szempontjai: a felperes megjelölésének erőssége, a megjelölések közötti hasonlóság, a termékek közötti versenyhelyzet, az alperes arra irányuló szándéka, hogy összetéveszthetőséget hozzon létre a fogyasztók oldalán, a fogyasztóktól elvárható gondosság és a bizonyítható összetéveszthetőség mértéke. A *TOMMY HILFIGER*- és *LOUIS VUITTON-I*-döntéstől eltérően a

<sup>189</sup> Kathleen Bodenbach: The Trademark Dilution Revision Act's Nullifying Effect on Famous Mark Holder's Dilution Claims. *Marquette Intellectual Property Law Review*, 23. évf. 1. sz., 2019, p. 96.

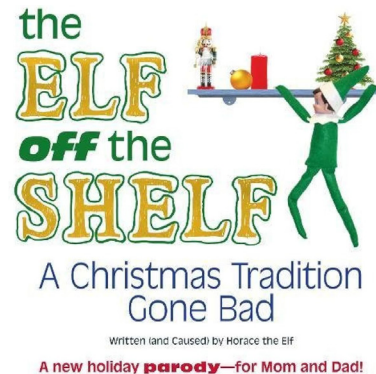
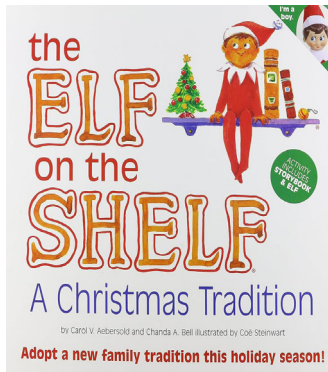
<sup>190</sup> Anheuser-Busch, Inc. v. VIP Prods. LLC, 666 F. Supp. 2d 974 (E.D. Mo. 2008). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914693aadd7b049342d3eab>.

<sup>191</sup> Matenaer: i. m. (187), p. 107.

<sup>192</sup> Davis v. Walt Disney Co., 430 F.3d 901, 903 (8th Cir. 2005). Elérhető: <https://casetext.com/case/davis-v-walt-disney-co-2#p903>.

felperes közvéleménykutatáson alapuló bizonyítékot mutatott fel arra nézve, hogy az átlagos fogyasztók több mint 30%-a úgy gondolta, hogy a BUTTWIPER termék gazdasági kapcsolatban állhat a BUDWEISER termék gyártójával.<sup>193</sup> Emellett pedig a bíróság azt is értékelte, hogy a korábban bemutatott esetektől eltérően a felperes és az alperes versenytársként van jelen ugyanazon a piacon, mindezek alapján pedig jogsértőnek találta a használatot.<sup>194</sup> Kiegészítésként ugyanakkor meg lehet jegyezni, hogy *dilution* jogalapon nem azonosított jogsértést.<sup>195</sup>

16. *Elf on the Shelf*-döntés (2011).<sup>196</sup> A CCA & B, LLC a gyermekeknek szánt, „*Elf on the Shelf*” című könyv kiadója, amely ez Egyesült Államokban nagy népszerűségnek örvend. Az ELF ON THE SELF megjelölés és a könyv borítóján megjelenő logó egyaránt védjegyjogot élvez. A W Media Inc. gazdasági társaság ugyancsak könyvkiadással foglalkozik, többek között kezelésében jelent meg az „*Elf off the Shelf*” című kiadvány is. A két könyv történetének kiindulópontja nagyon hasonló: a télapó önmaga nem képes minden gyermek magatartását egész évben végigkísérni, ezért minden családnak elküld egy-egy manót, aki ezt megteszi helyette. Ám míg az „*Elf on the Shelf*” egy pasztellszínekkel illusztrált mese, addig az „*Elf off the Shelf*” egy rebellis manó történetét mutatja be, aki egy Barbie babával próbál meg randevút szervezni, vagy az éjszaka közepén pornófilmeket néz.<sup>197</sup>



15. ábra: Az „*Elf on the Self*” (balra, forrás: amazon.com) és „*Elf off the Self*” c. (jobbra, forrás: amazon.com) kiadvány borítója

<sup>193</sup> *Olivia Wogon: Trademark Infringement after VIP Products v. Jack Daniel’s: Is Imitation Really the Sincerest Form of Flattery?* Houston Law Review, 60. évf. 4. sz., 2023, p. 995.

<sup>194</sup> Budweiser-döntés i. m. (190) 987.

<sup>195</sup> *Mark A. Lemley, Mark McKenna: Irrelevant Confusion.* Stanford Law Review, 62. évf. 2. sz., 2010, p. 441.

<sup>196</sup> *CCA & B, LLC v. F + W Media Inc.*, 819 F. Supp. 2d 1310, 1315 (N.D. Ga. 2011). Elérhető: <https://www.casemine.com/judgement/us/5914f1a7add7b0493497c540>.

<sup>197</sup> *Nancy A. Del Pizzo: Craft a Stronger Defense by Distinguishing Parody from Satire.* Intellectual Property Litigation, 26. évf. 2. sz., 2015, p. 16.

A kapcsolódó peres eljárás mind szerzői jogi, mind pedig védjegyjogi kérdéseket érintett. Szerzői jogi oldalról az eljáró bíróság a *fair use*-teszt keretein vizsgálta a felhasználást, amellyel kapcsolatban nem állapított meg jogsértést. Védjegyjogi oldalról a felperes kereseti kérelmét csak az *infringement* jogalapra helyezte, így a *dilution* kérdésével az eljáró bíróság nem foglalkozott. A védjegyjogi jogsértés vizsgálata során a bíróság elsőként azt vizsgálta, hogy a használat védjegyjogi szempontból paródiának tekinthető-e, ami akkor teljesül, ha a megjelölés használata láthatóan parodisztikus, így nem valószínű, hogy a fogyasztók oldalán összetéveszthetőséget okoz. A bíróság meglátása szerint bár az eredeti alkotás és a jogvita tárgyát képező kiadvány borítója csak kisebb részletekben különbözik, ezen részletek és a könyv tartalma együttesen alkalmas arra, hogy jelezze a fogyasztó számára, hogy jelen esetben paródiáról van szó.<sup>198</sup>

A paródia ugyanakkor önmagában nem kivétel az *infringement* igények elbírálása során, hanem csupán az összetéveszthetőség egyes faktorainak mérlegelését befolyásolja. Ennek körében az eljáró bíróság egy újabb, a Tana-ügyben<sup>199</sup> kidolgozott tesztet vett alapul, ennek elemei a következők: az eredeti megjelölés erőssége, a megjelölések hasonlósága, a termékek vagy szolgáltatások hasonlósága, a termék vagy szolgáltatás disztribúciós láncának és fogyasztói bázisának hasonlósága, a reklámozás hasonlósága, az alperes célja a megjelölés használatával, a tényleges összetéveszthetőség fennállása. A bíróság az egyes szempontok vizsgálatát követően nem látta indokoltnak a jogsértés megállapítását:<sup>200</sup> „Egyértelmű, hogy az alperes jóhiszeműen törekedett a felperes művének paródiájára. Ennek körében feltüntetett a művön egy disclaimer nyilatkozatot és a 'paródia' szót vastag betűvel használta a könyv borítóján. A bíróság úgy ítéli meg, hogy ezek a lépések kellőképpen megkülönböztetik a megjelöléseket, azonosítják a paródiát és csökkentik az összetéveszthetőség lehetőségét.”<sup>201</sup>

17. LOUIS VUITTON-II-döntés (2016). A Louis Vuitton Malletier S.A. a fentiekben már bemutatott, nagy értékű divatipari cikkeket forgalmazó, világszinten ismert vállalkozás, számos kapcsolódó védjegy jogosultja. A My Other Bag, Inc. egyszerű és megfizethető szövegtáskákat forgalmaz, amelynek egyik oldalán a MY OTHER BAG... (A másik táskám...) megjelölés, míg a másik oldalán pedig luxusmárkákra utaló megjelölések találhatók.<sup>202</sup>

<sup>198</sup> Kemp, Forsythe, Jones: i. m. (77), p. 173.

<sup>199</sup> Tana v. Dantannás. 611 F.3d 767 (11th Cir. 2010). Elérhető: <https://casetext.com/case/tana-v-dantannas#p774>.

<sup>200</sup> Kemp, Forsythe, Jones: i. m. (77), p. 173.

<sup>201</sup> Elf on the Shelf-döntés i. m. (196) 1329: „Defendant has clearly made a good-faith effort to parody Plaintiff's work. Its efforts include a disclaimer and the use of the word “parody” in boldface on the cover of the book. The Court finds these steps sufficiently distinguish the marks, identify the parody, and reduce any likelihood of confusion.”

<sup>202</sup> Sara Gold: Does Dilution Dilute the First Amendment: Trademark Dilution and the Right to Free Speech after Tam and Brunetti. IDEA: The Law Review of the Franklin Pierce Center for Intellectual Property, 59. évf. 3. sz., 2019, p. 520.



16. ábra: A Louis Vuitton által forgalmazott kézitáska (balra, forrás: avvenice.com) és a My Other Bag által forgalmazott vászontáska (jobbra, forrás: thefashionlaw.com)

A védjegyjogosult kereseti kérelmében mind szerzői jogi, mind védjegyjogi jogalapon támasztott igényeket (ezzel kapcsolatban a bíróság, döntésének lényegét előre vetítve, az ítélet elején már epésen megjegyzi, hogy „... talán [a Louis Vuitton] egyszerűen nem bírja a viccet.”<sup>203</sup>). Az eljáró bíróság elsőként a *dilution* kapcsolatban fejtette ki álláspontját, ennek körében széles körű párhuzamot vonva a Louis Vuitton-I-döntés tárgyát képező tényállással és az ott eljáró bíróság álláspontjával.<sup>204</sup> A *blurring* körében a bíróság a megjelölés erőssége és a használat jellege okán nem látta bizonyítottnak a megkülönböztetőképesség sérelmét, a *tarnishment* vizsgálatára pedig erre irányuló kereseti kérelem hiányában nem került sor. Az *infringement* tekintetében ismét a Polaroid-döntés során kidolgozott szempontok elemzése adta a jogi mérlegelés gerincét, amelynek alapján a bíróság nem állapított meg jogsértést.<sup>205</sup>

18. *Jack Daniel's-döntés (2020)*. A Jack Daniel's Props., Inc. a gyártója és forgalmazója a világszerte ismert, JACK DANIEL'S megjelölésű whiskeytermékeknek, amelyek egyúttal védjegyoltalom alatt is állnak. A VIP Prods. LLC gazdasági társaság kutyáknak szánt rágójátékokat gyárt, amelyeket híres alkoholtermékekről mintáznak.<sup>206</sup> Ilyen termék a BAD SPANIEL'S is, amelynek kialakítása a JACK DANIEL'S megjelölésű termékekre hasonlít.<sup>207</sup>

<sup>203</sup> Louis Vuitton-II-döntés: „... maybe [Louis Vuitton] just cannot take a joke”

<sup>204</sup> Daniela Molano Lozano: The Parody Defense against Trademark Bullies: Analysis of the Louis Vuitton vs. Mob Case. *Revista la Propiedad Inmaterial*, 2017. 24. sz., p. 214–215.

<sup>205</sup> Bodenbach: i. m. (189), p. 98.

<sup>206</sup> Jelena Laketic: Jack Daniel's vs. Bad Spaniels – Does a Dog Toy Get Heightened First Amendment Protection? *Berkeley Technology Law Journal*, 37. évf. 4. sz., 2022, p. 1442.

<sup>207</sup> Matenaer: i. m. (187), p. 106.



17. ábra: A JACK DANIEL'S whisky (balra, forrás: idrinks.cdn.shoprenter.hu) és  
a BAD SPANIEL'S kutyajáték (jobbra, forrás: m.media-amazon.com)

Az eljáró bíróság az *infringement* jogalap vizsgálata során, a Louis Vuitton-I-döntésre visszautalva, különös jelentőséget tulajdonított annak, hogy a megjelölés használatára paródia céljából került sor, amely a benne foglalt véleménynyilvánítás védelmének szükségességéből fakadóan speciális elbírálást igényel,<sup>208</sup> egyúttal – a Barbie-döntésben<sup>209</sup> kimondottak szerint – a nem kereskedelmi felhasználások módjára értékelendő. Ebből fakadóan sem védjegyjogi jogsértés, sem *dilution* megállapítására nem került sor, a megjelölés használata így jogszerű volt.<sup>210</sup>

19. *Védjegyjogi következtetések.* Az Egyesült Államok védjegyjoga – a szerzői joghoz hasonló – mind a szabályozás, mind a bírói gyakorlat szintjén extenzíven foglalkozik a paródia kérdésével. A szűk értelemben védjegyjogi jogsértés vagy *infringement* tekintetében a paródia törvényi szinten nem külön nevesített szempont, ugyanakkor a benne foglalt véleménynyilvánításra tekintettel az összetéveszthetőség vizsgálata során az eljáró bíróságok jelentős súllyal veszik figyelembe. Kritikaként azonosítható ugyanakkor, hogy az egyes bíróságok a *likelihood of confusion* vizsgálata során olyan tesztek, szempontrendszer vesznek figyelembe, amelyek között bár vannak átfedések, de mégsem teljesen egységesek, amely körülmény nehézkessé, kiszámíthatatlanná teheti a jogalkalmazást.<sup>211</sup> Szintén problémás, hogy bár a bírói gyakorlat egyre toleránsabb a paródiacélú védjegyhasználat irányában, teljesen egységes jogértelmezésről még nem beszélhetünk.<sup>212</sup>

<sup>208</sup> *Mikhaila Duvall*: A Good Day to Be a Bad Spaniel: Broadening the Application of the Rogers Test. UIC Review of Intellectual Property Law, 21. évf. 2. sz., 2022, p. 193–214.

<sup>209</sup> Barbie-döntés i. m. (164): „Speech is noncommercial if it does more than propose a commercial transaction”.

<sup>210</sup> *Green*: i. m. (119), p. 853.

<sup>211</sup> *McCarthy*: i. m. (78), p. 715 és *Little*: i. m. (94), p. 1272.

<sup>212</sup> *Dogan, Lemley*: i. m. (61), p. 1192 és *Gold*: i. m. (202), p. 518.

A *dilution* jogcímen támasztott igények a kapcsolódó szabályozás elfogadásakor veszélyesnek tűnhettek a paródiában foglalt véleménynyilvánításra,<sup>213</sup> ugyanakkor álláspontunk szerint a bíróságok mind a *blurring*, mind a *tarnishment* formában megvalósuló jogsértések határait többnyire megfelelően azonosították, amely tekintetében ugyancsak üdvözlendő, hogy a szabályozás a későbbiekben nevesített paródiakivétellel is bővült.

Összességében, álláspontunk szerint az Egyesült Államok gyakorlata helyesen teszi, hogy foglalkozik a védjegyjogi paródia kérdésével, ennek körében pedig az alapjogi ütközést,<sup>214</sup> amely a védjegyjogosult és a paródia megvalósítója között szükségszerűen kialakul, megfelelő szempontok alapján helyezi egyensúlyba. Szem előtt tartja, hogy a védjegyből fakadó kizárólagos jogok nem korlátlanok, ugyanakkor a véleményszabadság érvényesülését is a konkrét kifejezőmódhoz igazodó, észszerű keretek között tartja,<sup>215</sup> amely során figyelemmel van arra, hogy a szerzői joggal ellentétben a szabad véleménynyilvánítás a védjegyjogosulttal szembe helyezve, a használat kereskedelmi jellegére tekintettel kisebb súlyt kap csak.<sup>216</sup> Ez a megközelítés alkalmas arra, hogy a hétköznapi életünk részét képező megjelölésekkel kapcsolatos vélemények akár kreatív, humoros vagy gúnyos megjelenésének hangot adjon,<sup>217</sup> ugyanakkor szükségtelenül és aránytalanul ne korlátozza a védjegyjogosult kizárólagos jogát az oltalom alatt lévő megjelölés használatában.

#### IV. VICCEN KÍVÜL – MAGYARORSZÁG SZABÁLYOZÁSA ÉS GYAKORLATA

1. *A hazai szabályozás.* A Vt. 4. § (1) bekezdés *b*) pontja szerint *relatív kizáró ok* alapján nem részesülhet védjegyoltalomban az a megjelölés, amelyet a fogyasztók összetéveszthetnek a korábbi védjeggel a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt.<sup>218</sup>

A termékek és szolgáltatások összetéveszthetőségének megelőzése olyan cél és alapelv a védjegyjogban, amely a klasszikus védjegyjogi gondolkodás strukturális megközelítésében szinte mindenhol fellelhető, a kontradiktórius eljárások esetében pedig kiemelt kérdésként

<sup>213</sup> *Ochoa*: i. m. (81), p. 628.

<sup>214</sup> *Arlen W. Langvardt*: Protected Marks and Protected Speech: Establishing the First Amendment Boundaries in Trademark Parody Cases. *The Trademark Reporter*, 82. évf. 5. sz., 1992, p. 764.

<sup>215</sup> *Celniker*: i. m. (72), p. 15, 19.

<sup>216</sup> *Kampantai*: i. m. (79), p. 45.

<sup>217</sup> *Alvaro Fernandez-Mora*: A Counterintuitive Approach to the Interaction between Trademarks and Freedom of Expression in the US and Europe: A Two-Way Relationship. *Berkeley Journal of International Law*, 39. évf. 2. sz., 2021, p. 295.

<sup>218</sup> Az Egyesült Államok szabályozása sokkal szigorúbb struktúrát követ a megjelölések oltalmazása során, hiszen a Lanham Act 1. §-a kifejezetten rendelkezik arról, hogy a bejelentőnek már a védjegybejelentés megtételekor nyilatkoznia kell arról, hogy a legjobb tudomása szerint nincs olyan jogosult, aki saját termékeire nézve kereskedelmi forgalomban használna olyan, a védjegybejelentéssel azonos vagy azzal hasonló megjelölést, amivel összetéveszthetőséget, tévedést vagy megtévesztést okozna – kivéve természetesen azt az esetet, amikor minden bejelentő egyidejűleg használta a megjelölést.

kezelendő.<sup>219</sup> Az összetéveszhető megjelölésekkel szembeni fellépés a – már korábbiakban ismertetett – PUE 6<sup>bis</sup> cikkében is visszaköszön, ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy a PUE szabályai a közismert (jó hírnevű, well-known) védjegyekkel összefüggésben állapítanak meg kógens rendelkezéseket. A *védjegyekről szóló 1969. évi IX. törvény* (a továbbiakban: régi Vt.) 3. § (1) bekezdés *d*) pontja a PUE szabályozása mentén ugyancsak a közismert védjegyekre helyezte a hangsúlyt az összetéveszthetőség kérdéskörében, ugyanakkor – mint ahogy az a Vt. fentiekben is kifejtett rendelkezéséből is látszik – a modern védjegy jogban az összetéveszthetőség minden, azonos vagy hasonló megjelölés során észrevétel, felszólalás és törlés alapját képezheti.<sup>220</sup> A jelenlegi szabályozás fogalomhasználatát érdemes megvizsgálni a jogalkalmazás tükrében: az összetéveszthetőség értelmezése kapcsán az EUB Canon-ügyben<sup>221</sup> hozott döntésének értelmében a fogyasztóra gyakorolt összbnyomás alapján kell megítélni azt, hogy a megjelölések között az összetéveszthetőség fennáll-e, avagy sem, amely uniós jogértelmezés a hazai jogalkalmazás során is támpontot képezhet.

A Vt. 4. § (1) bekezdés *c*) pontja<sup>222</sup> kimondja, hogy – szintén viszonylagos (relatív) kizáró okként – nem részesülhet védjegyoltalomban az a megjelölés sem, amely a belföldön vagy – európai uniós védjegy esetén – az Európai Unióban jó hírnevet élvező korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló, későbbi elsőbbségű védjegybejelentés szerinti megjelölés, függetlenül attól, hogy az árujegyzékében szereplő áruk vagy szolgáltatások azonosak vagy hasonlóak-e azokhoz az árukhoz vagy szolgáltatásokhoz, amelyek tekintetében a korábbi védjegyet lajstromozták, ha a megjelölés alapos ok nélkül történő használata a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességét vagy hírnevét sértené vagy tisztességtelenül kizárná.<sup>223</sup> Ezzel összefüggésben ugyanakkor fontos rámutatni arra, hogy az uniós védjegyek jó hírnevéhez nem szükséges, hogy a szóban forgó jó hírnév valamennyi tagállamban fenn-

<sup>219</sup> *Keserű Barna Arnold: Összetéveszhető? A védjegyek összetéveszthetőségének pozitív jogi és pszichológiai háttere az USA-ban, az Európai Unióban és Magyarországon. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 7. (117.) évf. 1. sz., 2012. február, p. 55. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201201-pdf/03.pdf>.*

<sup>220</sup> A régi Vt. is tartalmazott egy, a nem közismert védjegyekre vonatkozó összetéveszthetőségi rendelkezést, ugyanakkor a régi Vt. ezt külön bekezdés alatt, és csakis az áruk vagy szolgáltatások hasonlósága vagy azonossága esetén szabályozta. A régi Vt. 3. § (3) bekezdés *c*) pontja értelmében: „azonos vagy hasonló áruk tekintetében nem részesülhet védjegyoltalomban a megjelölés, ha: másnak védjegyoltalom alatt álló vagy korábbi elsőbbséggel bejelentett védjeggyével vagy másnak ténylegesen használt, de nem lajstromozott megjelölésével azonos vagy ahhoz az összetéveszthetőségig hasonló”.

<sup>221</sup> C-39/97. sz. Canon Kabushiki Kaisha kontra Metro-Goldwyn-Mayer-ügy. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionid=CCC4DAD00E6CE1FB7052D327B7B08359?text=&docid=44123&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=4224385>.

<sup>222</sup> Szintén elemzi: *Sulyok Ádám Miklós: A szerzői jog megjelenése a védjegy jogban – I. rész. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 14. (124.) évf. 3. sz., 2019. június, p. 45. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2019-3/02-sulyok.pdf> és *Vida Sándor: A jó hírű védjegy mint kizáró ok a védjegy jogban. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 8. (118.) évf. 6. sz., 2013. december, p. 148–169. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201306-pdf/06.pdf>.**

<sup>223</sup> Vt. 4. § (3) bekezdés *c*) pont.

álljon.<sup>224</sup> Amennyiben az uniós védjegy jogosultja az Európai Unió jelentős részében jó hírnevet élvez, azonban az észrevétellel, felszólalással vagy törléssel érintett tagállam esetében nem tett szert jó hírnévre, az uniós védjegy jogosultját a jó hírnév alapján akkor illeti meg az oltalom, ha bizonyítja, hogy az eset valamennyi körülményére tekintettel fennáll az uniós védjegy sérelmének aktuális vagy jövőbeli tényleges veszélye.<sup>225</sup>

A fentiek alapján azonos megállapításra juthatunk az uniós szabályozásnál elmondottakkal, miszerint a korábbi védjegyekkel való összetéveszthetőség és a jó hírség által biztosított szélesebb védelem mellett kevés esély mutatkozik arra, hogy egy oltalom alatt álló megjelölés paródiája a lajstromozási eljárásban sikeresen vegyen részt.<sup>226</sup>

A paródiával kapcsolatos fontosabb kérdés ugyanakkor arra irányul, hogy a védjegyjogosult *kizárólagos jogai* mikor és mennyiben korlátozhatják az oltalom alatt álló megjelölésnek e konkrét véleménynyilvánítási mód céljára való használatát. A Vt. 12. § (1) bekezdésének értelmében a védjegyo ltalom alapján a védjegyjogosultnak kizárólagos joga van a védjegy használatára, a Vt. 12. § (2) bekezdése pedig ezen használati jogra támaszkodva ad lehetőséget az engedély nélküli, *gazdasági tevékenység körében* – árukkal vagy szolgáltatásokkal összefüggésben, a védjegy bejelentési napját, illetve elsőbbségi napját megelőzően mások által szerzett jogok sérelme nélkül – megvalósuló használattal szembeni fellépésre. A hazai jogban az uniós és az Egyesült Államok tekintetében ismertetett megközelítéssel azonosan tehát a védjegyjogosultnak a gazdasági tevékenység körében megvalósuló használattal szemben van lehetősége fellépni, e tekintetben tehát a Vt. – kimondatlanul, szűk körben – jelenleg is kezeli a paródiacélú védjegyhasználat kérdését. A továbbiakban tehát azt kell vizsgálni, hogy a paródia – a benne foglalt véleménynyilvánítás által, az Egyesült Államokban látott megközelítéshez hasonlóan – kiemelheti-e a gazdasági tevékenység köréből a paródiacélú használatot, vagy ha nem, akkor létezik-e a kizárólagos jogoknak olyan korlátja a Vt.-ben, amely az e jogokba ütköző használatot mégis a jogszerűség keretein belül tudja tartani.

<sup>224</sup> *Munkácsi Péter*: A közismert és jó hírű védjegyek az Európai Bíróság „General Motors Corporation v. Yplon SA (Chevy) döntése tükrében. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 105. évf. 2. sz., 2000. április. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/kiadv/ipsz/200004/jogeset.htm>.

<sup>225</sup> C-301/07. sz. PAGO International GmbH kontra Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH-döntés 59. pont. „A közösségi védjegy a közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94 tanácsi rendelet 9. cikke (1) bekezdésének c) pontja értelmében 'a Közösségben jó hírnevet élvező' védjegyként közösségi szintű oltalmat élvez, amennyiben a Közösség jelentős hányadában jó hírnevet élvez. Nem a nemzeti határoktól függ, hogy ebből a szempontból mi minősül a Közösség jelentős hányadának, hanem azt minden egyes ügy lényeges körülményeinek értékelése alapján kell megállapítani, figyelembe véve különösen i. a védjeggyel ellátott árukon vagy szolgáltatásokon keresztül érintett vásárlóközönséget, és a vásárlóközönség azon részét, amelynek körében a védjegy ismert, valamint ii. a jó hírnév által felölt terület jelentőségét, amelyet annak földrajzi kiterjedése, lakossága és gazdasági jelentősége határoz meg.”

<sup>226</sup> Ezen a ponton érdemes megemlíteni a Vt. 3. § a) pontjának rendelkezéseit, amelyek értelmében „a megjelölés nem részesülhet oltalomban, ha az közrendbe vagy közérkölsbe ütközik”, és amely szintén relevanciával bírhatnak a pokrócabban, már-már bántóan gúnyos paródiák esetén és azok lajstromozást gátló intézményeként jelenhet meg. Bővebben l. *Gödölle István*: Közrendbe vagy közérkölsbe ütközés a védjegyjogban. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 8. (118.) évf. 4. sz., 2013. augusztus, p. 5–20. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201304-pdf/01.pdf>.



A kizárólagos használati jog alapján való fellépésnek a paródia szempontjából egyik releváns esete a Vt. 12. § (2) bekezdés *b*) pontjában<sup>227</sup> található, amely alapján a védjegyjogosult bárkivel szemben felléphet, aki olyan megjelölést használ, amelyet a fogyasztók a védjeggyel *összetéveszthetnek* a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; ideértve azt az esetet is, amikor az összetéveszthetőség amiatt áll fenn, mert a fogyasztók a megjelölést a korábbi védjegyhez gondolati képzettársítás útján kapcsolhatják. E körben, az Egyesült Államok *infringement* jogalapjához hasonlóan, a felmerülő jogviták megítélésének elsődleges kérdése az összetéveszthetőség lesz, amely vonatkozásában a Vt. 4. § (1) bekezdés *b*) pontjánál leírtak lehetnek irányadók.

Szintén releváns a Vt. 12. § (2) bekezdés *c*) pontja, amely kiterjeszti a védjegyjogosult fellépési lehetőségét arra az esetre, ha valaki engedély nélkül használ a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést, függetlenül attól, hogy a védjegy árujegyzékében szereplő áruk vagy szolgáltatások azonosak vagy hasonlóak-e azokhoz az árukhoz vagy szolgáltatásokhoz, amelyekkel összefüggésben a megjelölést használják, feltéve, hogy a védjegy belföldön jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok<sup>228</sup> nélkül történő használata a védjegy megkülönböztetőképességét vagy hírnevét sértené vagy tisztességtelenül kihasználná. Ahogy az uniós jog ennek megfelelő rendelkezései, úgy a jó hírű védjegyekkel kapcsolatos hazai szabályozás is rokonságot mutat az Egyesült Államok *dilution* szabályozásával, e körben a megkülönböztetőképesség sérelme a *blurring* esetét idézi fel, míg a hírnév sérelme a *tarnishment*-re emlékeztet. Szintén hasonlóságot mutat, hogy a Vt. 12. § (2) bekezdés *c*) pontja szerinti használat megítélése körében az összetéveszthetőség nem bír relevanciával, ugyanakkor sem az uniós, sem a hazai jog nem biztosít kifejezett kivételeket a rendelkezés alól [amely állításunkat rögtön pontosítani szükséges is azzal, hogy a Lanham Act 1125. § (c) bekezdés (3) pont (C) alpontja szerinti, magánhasználati kivétel a hazai jogban a fentiek szerint a védjegyjogosult kizárólagos jogainak külső határaiban jelenik meg, így dogmatikai szempontból önálló nevesítése nem is szükséges]. A hazai rendelkezés értelmezése, uniós joggal való kapcsolata tekintetében Mészáros az alábbiakat jegyzi meg: „... összehasonlításképpen megállapíthatjuk, hogy a hazai védjegy törvény 12. § (2) c) pontjának feltételes módú megfogalmazásából (...feltéve, hogy...sértené,...kihasználná...) következően Magyarországon eleve elegendő a védjegyhígtás valószínűségének megléte, és nem szükséges annak bizonyítása – az Európai Bíróság álláspontjától függetlenül sem –, míg az EGK-irányelvből – annak kijelentő

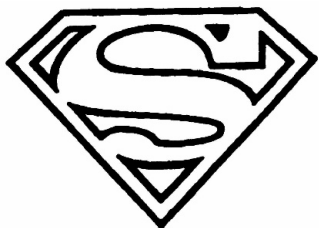
<sup>227</sup> Szintén elemzi: Puskás Zoltán: Az e-kereskedelmet érintő legutóbbi védjegybitorlási perek bírósági gyakorlatának áttekintése. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 18. (118.) évf. 5. sz., 2023. október, p. 9. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2023-5/01-puskaszoltan.pdf>.

<sup>228</sup> Bővebben l. Vida Sándor: Más jó hírű védjegyének használata – alapos ok fennforgása esetén: Red Bull. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 9. (119.) évf. 4. sz., 2014. augusztus, p. 73–92. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/files/szemle/04.pdf>.

módú megfogalmazása miatt – a bizonyítás szükségtelensége nem következik egyértelműen, és az irányelv csak az Európai Bíróság állásfoglalásai miatt kapott ilyen értelmezést.”<sup>229</sup>

A Vt. 12. §-a megfelel az EUTMR 9. cikkébe, de elsősorban az EUMTD 10. cikkébe<sup>230</sup> foglalt, a fentiekben már ismertetett rendelkezéseknek.

2. *A hazai gyakorlat.* Az első olyan hazai, érdemi jogvitára, amely egy paródiacélú felhasználás szellemi tulajdon-jogi megítélésére vonatkozik, egészen 2018-ig kellett várni. A DC Comics és a HVG Lapkiadó Kft. közötti peres eljárás tárgya a HVG című folyóirat 2016. szeptember 8. napján megjelent számának címlapja volt, ahol a DC Comics egyik legrégebbi karakterének, az Egyesült Államok gyakorlati megközelítése során már felidézett Supermannek egyik ikonikus mozdulata – az ing két kézzel való szétfeszítése –, és az így megjelenő „S” szimbólum került ábrázolásra, illetve átdolgozásra.<sup>231</sup> Mivel a – szerzői jogi részek esetén – felhasználásra, illetőleg a – védjegyrelevanciájú részek esetén – használatra engedély nélkül került sor, a DC Comics polgári peres eljárást indított a HVG Lapkiadó Kft. ellen. A jogvita az említett védjegyjogi relevanciája mellett szerzői jogi aspektussal is rendelkezik, amelynek kérdését másutt már elemeztük,<sup>232</sup> így jelen tanulmányban a védjegyjogi érintettségre térünk ki részletesebben.



18. ábra: A DC Comics 157449 lajstromszámú védjegye (balra, forrás: [pub.hpo.hu](http://pub.hpo.hu)) és a HVG kérdéses címlapja (jobbra, forrás: [hvg.hu](http://hvg.hu))

<sup>229</sup> Mészáros Katalin: Védjegyhitátás az Európai Unióban és az Amerikai Egyesült Államokban. Iparjogvédelmi és Szerzői Jog Szemle, 110. évf. 3. sz., 2005. június. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/kiadv/ipsz/200506/03-meszaros.html>.

<sup>230</sup> Ezen a ponton érdemesnek tartjuk megjegyezni, hogy az Egyesült Államok szabályozásával – egészen pontosan a Lanham Act 1114. § (1) bekezdésével – is összhangot mutat az ISZT fentiekben tárgyalt döntése.

<sup>231</sup> Czeglédi Ádám Sándor: Case law update – az elmúlt egy év legfontosabb védjegyjogi tárgyú döntései Magyarországon és az EU-ban. MIE-konferencia, 2019. november 21. Elérhető: [http://mie.org.hu/2019\\_osz/Czeglédi\\_DC\\_Comics\\_HVG.pdf](http://mie.org.hu/2019_osz/Czeglédi_DC_Comics_HVG.pdf).

<sup>232</sup> Ujhelyi: i. m. (4) IV.3.2. alfejezet és Ujhelyi Dávid: Paródiával kapcsolatos döntés született Magyarországon. Copy21 blog, 2020. május 3. Elérhető: <http://copy21.com/2020/05/parodiaval-kapcsolatos-dontes-zuletett-magyarorszagon/>.

Míg az eset tekintetében a szerzői jogi jogsértés ténye – nevesített paródiakivétel hiányában, hiszen a szabad felhasználás csak 2021. június 1. napjától képezi részét a szerzői jog rendszerének –<sup>233</sup> egyértelműnek mutatkozott, addig a védjegybitorlással kapcsolatos igény megítélése nem volt ennyire magától értetődő. Az Iparjogvédelmi Szakértői Testület (a továbbiakban: ISZT) ennek mentén az alábbi kérdés tekintetében adott szakvéleményt: „A Kiadó által kiadott lapszám borítóján található grafika, vagyis a jellegzetes kék kosztümsős férfi mellkasán látható pajzs, benne a stilizált S betűvel összetéveszhetőségig hasonló-e a megbízó nemzeti ábrás védjegyéhez, továbbá a „STRÓMAN” felirat jellegzetes írásmódja összetéveszhetőségig hasonló-e a megbízó SUPERMAN európai uniós ábrás védjegyéhez?” Az ISZT a döntése során kiemelte, hogy mind vizuális, mind konceptuális szempontból tagadhatatlanul magas szintű hasonlóság áll fenn a két megjelölés között, ráadásul az áruosztályok tekintetében is egyezés azonosítható, ugyanakkor a címlapon feltüntetett megjelölés a szóképbeli és a nyelvi különbségek okán nem éri el azt a szintet, amit – a fent már hivatkozott Canon-döntést is alapul véve – a fogyasztók összetéveszthetnének az alapul fekvő uniós védjeggyel.<sup>234</sup> Az ISZT jelezte továbbá, hogy az EUB Puma Sabel-döntésében<sup>235</sup> lefektetett elvek alapján a fogyasztókban kiváltott esetleges asszociatív kapcsolat önmagában szintén nem elegendő az összetéveszthetőség megállapításához, ahhoz a kereskedelmi forrás tekintetében kialakuló téves benyomásra lenne szükség, ami a jelen esetben nem azonosítható.

Az eset következő kérdése az alábbiak szerint került megfogalmazásra: „A véleménynyilvánítás szabadságát és/vagy a sajtószabadság gyakorlását korlátozhatja-e harmadik személy védjegyoltalomhoz fűződő kizárólagos joga? A kiadó jogosult-e harmadik személy védjegyének engedély nélküli felhasználására politikai témájú cikkének reklámozására, különösen akkor, ha egy politikai életben nem szereplő védjegyjogosultnak jogos érdeke fűződhet ahhoz, hogy védjegyei ne lehessenek politikai üzenetekkel kapcsolatba hozhatóak?” Ebben a kérdéskörben az ISZT vizsgálta a gazdasági tevékenység kérdését, és – irányadó hazai vagy uniós védjegyjogi döntés hiányában – a Deckmyn-ügyet is alapul véve kitért a paródia védjegyjogi megítélésére. A gazdasági tevékenység kérdésének körében az ISZT értékelte, hogy a megjelölés használatára lapkiadás keretei között, ráadásul a címlapon került sor, és a kiadvány értékesítése ellenérték fejében valósult meg; ez mind abba az irányba mutatott, hogy a használat a gazdasági tevékenység körébe tartozik. Az ISZT végül megállapította, hogy mind az

<sup>233</sup> L. a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény és a szerzői jogok és a szerzői joghoz kapcsolódó jogok közös kezeléséről szóló 2016. évi XCIII. törvény jogharmonizációs célú módosításáról szóló 2021. évi XXXVII. törvényt. Bővebben l. Baranyi Róbert, Ujhelyi Dávid: A digitális szerzői jogi szabályozás legújabb lépcsője – a CDSM-irányelv átültetésének háttere és eredményei. Fontes Iuris, 2021. 3. sz., p. 36–46.

<sup>234</sup> ISZT-12/2016, p. 2, 4–6. Elérhető: [https://www.sztmh.gov.hu/sites/default/files/ISZT\\_szakvelemenyek\\_pdf/iszt\\_12\\_2016.pdf](https://www.sztmh.gov.hu/sites/default/files/ISZT_szakvelemenyek_pdf/iszt_12_2016.pdf).

<sup>235</sup> C-251/95. SABEL BV kontra Puma AG, Rudolf Dassler Sport. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-251/95>.

uniós, mind a hazai szabályozást alapul véve a védjegyoltalomhoz fűződő kizárólagos jog korlátozhatja<sup>236</sup> a véleménynyilvánítás szabadságát és/vagy a sajtószabadság gyakorlását.<sup>237</sup>

Az ISZT előtti megbízás harmadik kérdése az alábbiak szerint szólt: „Amennyiben a véleménynyilvánítás szabadsága és/vagy a sajtó szabadsága kiterjed harmadik személyek védjegyeinek engedély nélküli felhasználására, kiterjed-e ez a jog az így megalkotott mű kereskedelmi célú hasznosítására, azaz a védjegyet felhasználó sajtótermék üzleti céllal, gazdasági haszonszerzési szándékkal történő megjelentetésére? Kereskedelmi hasznosításnak minősül-e a grafika hetilap borítóján történő felhasználása és a hetilap nagy példányszámban történő országos értékesítése? Amennyiben a tisztelt Szakértői Testület álláspontja szerint a kiadó jogosultan használta fel a védjegyjogosult védjegyeivel összetéveszthetőségig hasonló megjelöléseket a hetilapjának borítója elkészítéséhez a védjegyjogosult engedélye nélkül, ebben az esetben arra is jogosult volt-e, hogy az így megalkotott művet kereskedelmi céllal hasznosítsa?” A harmadik kérdés tekintetében – nem térve ki a második kérdésben már megadott válasz ismétlő érintésére – az ISZT úgy határozott, hogy amennyiben a műalkotás olyan védjegyet vagy ahhoz összetéveszthetőségig hasonló megjelölést tartalmaz, aminek használatára a szerző nem rendelkezett engedéllyel a jogosulttól, és mindemellett a műalkotás gazdasági tevékenység körében kerül hasznosításra, akkor az a védjegyoltalom megsértését eredményezheti.<sup>238</sup>

Végezetül a megbízás negyedik és egyben utolsó kérdésében – mely szövege szerint: „Az ügyben van-e egyéb olyan körülmény, amely a védjegyjogi szempontból problematikusá teszi a hivatkozott védjegyek felhasználását?” – az ISZT úgy határozott, hogy a kérelemben feltett kérdések és a tényállás fényében nem azonosítható olyan egyéb körülmény, amely védjegyjogi szempontból – az előzőekben tárgyalt kérdésekre adott válaszokon túl – problematikusá tenné a védjegyek felhasználását.<sup>239</sup>

Az ISZT szakvéleménye tehát – a potenciális összetéveszthetőség, a gazdasági tevékenység megállapítása útján elsősorban – nyitva hagyta az utat a védjegyjogi jogsértés megállapításához. Ugyanakkor a Fővárosi Törvényszék – álláspontunk szerint helyesen – ettől egy lépéssel messzebből közelítette meg a jogkérdést, illetve részben ellentétes álláspontot fogalmazott meg: a bíróságnak az EUB Google-<sup>240</sup> és a Lloyd Schuhfabrik-ügyben<sup>241</sup> hozott döntésére alapozott álláspontja szerint ugyanis a védjegyjogosult kizárólagos joga csak a

<sup>236</sup> L. még: Vida Sándor: Emberi jogok és védjegyek. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 10. (120.) évf. 4. sz., 2015. augusztus, p. 81–97, különösen 94. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2015-04/04.pdf>.

<sup>237</sup> I. m. (234), p. 2, 6–9.

<sup>238</sup> I. m. (234), p. 2, 10.

<sup>239</sup> I. m. (234), p. 2, 11.

<sup>240</sup> C-236/08–C-238/08. Google France SARL és Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA és társai. 75–76. pont. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-236/08>.

<sup>241</sup> C-342/97. Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel BV. 26. pont. Elérhető: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-342/97>.

védjegyfunkciók biztosítására terjed ki, a konkrét használat viszont e körön kívül helyezhető el:<sup>242</sup> „A jelen esetben a panaszolt 'pajzson S' jel címlapon való használata egyértelműen illusztratív, gondolatkifejező célzatú, s teljességgel kívül esik a kereskedelmi (árjelző) célú használat körén. ... Az átlagos fogyasztó biztonságosan különbséget tud tenni a magazin címe, mint a termék tényleges árjelzője, és a magazin címlapja, mint a kiadvány tartalmát illusztratív módon közvetítő jelzés között. Márpedig az átlagos fogyasztó a magazin 'hvg' címét tekinti olyanak, mint amely a termék kereskedelmi eredetét fejezi ki, a címlapon lévő grafikai ábrázolást pedig nem értelmezi ilyenként, az benne mindössze Superman képzetét, és az annak átdolgozásával közölni kívánt gondolatokat ébreszti. Így pedig kizárható, hogy sérelmezett megjelöléshasználattal a perbeli védjegy azonosító, megkülönböztető vagy tájékoztató funkciója sérülhetne.”<sup>243</sup> A Fővárosi Törvényszék e körbe egy új, sajátos szempontot hozott be az értékelési szempontok közé: az Egyesült Államok bíróságai az újabb jogesetek elbírálása során a paródiacélú hasznosítást a maganhasználat szabályai szerint értékelik,<sup>244</sup> ezzel összecseng a hazai bíróság álláspontja is, miszerint a használat nem kereskedelmi jellegű. Ugyanakkor a Fővárosi Törvényszék azt is megállapította, hogy véleménynyilvánítás célját szolgáló, a konkrét ügyben megvalósított használat a védjegyfunkciók körén is kívül esik, ezzel még egy lépéssel távolabb helyezve a védjegyjogosult kizárólagos jogaitól a paródiát. A fellebbviteli eljárásban a felperes ezt az álláspontot nem vitatta, így a Fővárosi Ítéletábra e körben további álláspontot nem fejtett ki.<sup>245</sup>

A jogvitát lezáró ítéletek alapján álláspontunk szerint megállapítható, hogy bár kifejezett paródiakivétel a magyar védjegyjogi szabályozásban – jelenleg – nem lelhető fel, a gazdasági tevékenység, illetve a védjegyfunkciók<sup>246</sup> körén kívül eső használat esetén mégis elképzelhetőek lehetnek olyan scenáriók, amikor a védjegyek paródiacélú használata a Vt. hatályos rendelkezései alapján is teret nyer. Ez az értelmezés ily módon összhangban állna a Deckmyn-döntésben fellelhető azon bírói megállapítással is, amelynek értelmében a jogszerű paródia fundamentális sajátossága abban rejlik, hogy az alapul fekvő művet felidézi ugyan, de a műtől való érzékelhető eltérések is megjelennek a felhasználás során.<sup>247</sup>

<sup>242</sup> BDT 2020.2. Bírósági Döntések Tára, 2020. 1. sz., p. 12.

<sup>243</sup> Fővárosi Törvényszék 3.P.23.174/2018/26. Jogkódex, p. 13.

<sup>244</sup> Barbie-, Star Wars- és Jack Daniel's-döntés.

<sup>245</sup> Fővárosi Ítéletábra 8.Pf.20.424/2019/5. Jogkódex, p. 4.

<sup>246</sup> L. Somogyi Viktória: A védjegy szerepe a vállalati siker elérésében. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 16. (126.) évf. 4. sz., 2021. augusztus, p. 9. Elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2021-4/01-somogyiviktoria.pdf>.

<sup>247</sup> Deckmyn: i. m. (53), 20, 33 és 36. pont.

## V. KONKLÚZIO

A szellemi tulajdon-jog területén biztosított kizárólagos jogok és egyes alapjogok, különösen pedig a véleményszabadság ütközhetnek egymással: ez olyan sajátossága a diszciplínának, mint az általam *territorialitása*<sup>248</sup> vagy a nemzetközi jog meghatározó jellege.<sup>249</sup> Amennyiben az egyes alapjogok közötti sűrlődés elkerülhetetlen, úgy a jogalkotó és a bíróságok feladata az, hogy szükség esetén – jogszabályi szinten – absztrakt és – az egyes jogvitákra levetítve – konkrét módon egyaránt súlyozzák, mérlegeljék és egyensúlyba hozzák<sup>250</sup> az érintett érdekeket.<sup>251</sup> Továbbá az Alkotmánybíróság releváns döntései nyomán a bíróságoknak a fentiek mellett, sőt *külön jogalkotói útmutatás nélkül is kötelezettségük* az alapjogi szempontok – mint a véleményszabadság – érvényesülésének biztosítása.<sup>252</sup>

Jelen tanulmány – a nemzetközi, európai uniós, egyesült államokbeli és magyar szabályozásra alapozva, feltárva az ezen jogforrások alapján született fontosabb, a hazai megoldás értékelése szempontjából relevanciával bíró döntéseket és az ISZT kapcsolódó szakvélemé-

<sup>248</sup> Alexander Peukert: Territoriality and Extraterritoriality in Intellectual Property Law. In: Günther Handl, Joachim Zekoll, Peer Zumbansen (szerk): Beyond Territoriality: Transnational Legal Authority in an Age of Globalization. Brill Academic Publishing, Leiden-Boston, 2012, p. 198. Bővebben l. Tóth Andrea Katalin: Az európai szerzői jogi harmonizáció és a territorialitás kérdése. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 11. (121.) évf. 4. sz., 2016. augusztus, p. 9–43. Elérhető: <https://www.sztvh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2016-04/02.pdf>.

<sup>249</sup> Orit Fischman Afari: The Evolution of Copyright Law and Inductive Speculations as to Its Future. Journal of Intellectual Property Law, 9. évf. 2. sz., 2012, p. 250. Elérhető: <https://goo.gl/hPbSNN> és Pogácsás Anett: Különbözőség az egységben – A szerzői jogi szabályozás differenciálódásának hatása a jogterület szerepére és hatékonyságára. Pázmány Press, Budapest, 2017, p. 92. Elérhető: <https://mek.oszk.hu/18600/18679/18679.pdf>.

<sup>250</sup> Taran: i. m. (63), p. 10.

<sup>251</sup> Pogácsás: i. m. (46), p. 73.

<sup>252</sup> 7/2013. (III. 1.) AB határozat. „Az Alaptörvény 28. cikke tehát a bíróságokkal szemben azt a követelményt fogalmazza meg, hogy ítélezésük során a jogszabályokat az Alaptörvénnyel összhangban értelmezzék és alkalmazzák”; 28/2013. (X. 9.) AB határozat. „Speciális helyzet áll elő, ha a bírósági eljárásban alkalmazandó jogszabály és az Alaptörvény tartalmaz az adott tényállásra vonatkozó ellentétes – vagy az értelmezéstől függően ellentétes – normát. Az Alaptörvény ugyanis Magyarország jogrendszerének alapja. Ezért a bíróságnak az Alaptörvényben foglalt norma és más jogszabályi norma kollíziója esetén az ellentétet az Alaptörvény javára kell feloldania, amely a benne meghatározott többi jogszabály formai és tartalmi érvényességének alapját képezi. ... A 28. cikk szerint a jogszabály Alaptörvénnyel összhangban történő értelmezése a bíró számára nem csak jog, hanem kifejezett kötelesség: amennyiben a bíró a jogszabály szövegét az értelmezés segítségével az Alaptörvénnyel összhangban tudja alkalmazni, annyiban ennek megfelelően köteles eljárni.”; 3/2015. (II. 2.) AB határozat. „... a bíróságoknak az a kötelezettsége adódik, hogy ha olyan jogszabályt értelmeznek, amely valamely alapjog gyakorlását korlátozza, akkor a jogszabály engedte értelmezési mozgástér keretein belül az érintett alapjog korlátozását kizárólag a szükséges és arányos mértékű beavatkozás szintjére szorítsák. ... Ebből a kötelezettségből következik, hogy a bíróságnak a jogszabályok adta értelmezési mozgástér keretein belül azonosítania kell az elé kerülő ügy alapjogi vonatkozásait, és a bírói döntésben alkalmazott jogszabályokat az érintett alapjog alkotmányos tartalmára tekintettel kell értelmeznie” és 17/2019/AB határozat. „Felismerhetőnek kell lennie, hogy a bíróság határozatában értő módon felügyelt az alapjogi összefüggésekre, és amikor tartalmat adott a perben alkalmazandó jognak, akkor döntése indokolásában kifejezte az alapjogilag értékelendő mérlegelési szempontokat.”

nyét – arra vállalkozott, hogy a fenti alapjogi ütközés egy speciális esete, a paródiacélú védjegyhasználat hazai megítélése tekintetében fogalmazzon meg álláspontot.

Ennek körében az alábbi gondolatmenet útján megállapítható, hogy a szerzői jogi és védjegyjogi paródia nem igényel egységes jogi megítélést.<sup>253</sup> Ugyancsak egyértelműnek tűnik, hogy a paródia útján létrejött megjelölés lajstromozása a jelenleg szabályozott abszolút és relatív kizáró okok mellett minden vizsgált jogrendszer és jogforrás tükrében komoly akadályokba ütközhet; álláspontunk szerint a szabályozás ezen a ponton nem igényel módosítást, mivel míg a paródia létrejött, az abban foglalt véleménynyilvánítás bizonyos esetekben a jogosult jogainak korlátozása útján valósítható csak meg, az így létrejött megjelölés lajstromozása mellett ilyen erősségű és jelentőségű érdek nem azonosítható.

Az EUB Deckmyn-döntése, az Egyesült Államok extenzív gyakorlatának feltárása, részleges bemutatása és magyar gyakorlatban felmerült érdemi jogvita fényében szükségesnek tartjuk leszögezni, hogy a Vt. hatályos szabályozása – még ha nem is *expressis verbis* – a nemzetközi és uniós joggal összhangban, az ott fellelhető megoldásokkal egyező módon, *a hazai védjegyjog dogmatikai rendszeréből fakadóan* – a szerzői jog 2021. június 1. napja előtti megközelítésével ellentétben – nem hagyja értékelés nélkül a paródiacélú védjegyhasználat kérdését: a védjegyfunkciót (pl. a fogyasztók megtévesztésének elkerülése<sup>254</sup> vagy azonosító, megkülönböztető vagy tájékoztató funkció<sup>255</sup>) nem érintő, továbbá a gazdasági tevékenység körén kívül eső, nem kereskedelmi jellegű használat ugyanis nem tartozik a védjegyjog által biztosított kizárólagos jogok hatálya alá.<sup>256</sup> E körben a paródiacélú használat mint véleménynyilvánítás megítélése kulcsfontosságú, a hazai döntésből ugyanakkor meglátásunk szerint kiolvasható, hogy a paródia bár nem szükségszerűen tartalmaz, de *tartalmazhat* olyan jellegű véleménynyilvánítást, amely a használó gazdasági tevékenységétől függetlenül is jogszerűvé teszi az engedély nélküli védjegyhasználatot. A valós, jogszerű paródia *fundamentuma* ugyanakkor az érdemi, alapjogi védelmet élvező véleménynyilvánítás,<sup>257</sup> amely indokoltá teszi a használatnak a védjegyjogosult kizárólagos jogain kívül eső megítélését. A védjegyjogi paródia ugyanis a szerzői jophoz képest<sup>258</sup> eredendően közvetetebb, távolabbi kapcsolatban áll a véleményszabadsággal, az alapjogok közötti súrlódás cse-

<sup>253</sup> *McGeeveran*: i. m. (108), p. 727.

<sup>254</sup> *Simon*: i. m. (36), p. 1066.

<sup>255</sup> Fővárosi Törvényszék 3.P.23.174/2018/26. Jogkódex, p. 13.

<sup>256</sup> *Sadurski*: i. m. (21), p. 467.

<sup>257</sup> Bővebben l. *Koltay András*: A becsület, a jó hírnév és az emberi méltóság fogalmi elhatárolása a magyar magánjogban. In: *Koltay András, Darák Péter* (szerk.): *Ad Astra Per Aspera*: Ünnepi kötet Solt Pál 80. születésnapja alkalmából. Pázmány Press, Budapest, 2017; *Koltay András*: A gyűlöletbeszéd korlátozásának elméleti szempontjai. *Iustum Aequum Salutare*, 2011. 3. sz. és *Koltay András*: A közéleti szereplők hírnév- és becsületvédelme Európában. In: *Pogácsás Anett* (szerk.): *Quaerendo et creando*. Ünnepi kötet Tattay Levente 70. születésnapja tiszteletére. Szent István Társulat, Budapest, 2014.

<sup>258</sup> Pl. l. *Pogácsás Anett*: Az internetfolklor szerzői jogi megítélése és annak hatása a szólásszabadságra. In *Medias Res*, 2023. 1. sz., p. 5–21. Elérhető: <https://inmediasresfolyoirat.hu/imr/article/view/262/525>.

kélyebb esélyű és mértékű,<sup>259</sup> ezt pedig szükséges figyelembe venni a konkrét esetek mérlegelésénél. Ehhez adódik hozzá, hogy az Alkotmánybíróság fent idézett döntései nyomán az egyedi ügyben eljáró bíróságnak az alapjogi szempontokat külön jogalkotói útmutatás nélkül is kötelességük figyelembe venniük. Ezáltal a védjegyjognak vélemény szabadságból fakadó – e körben – külső korlátja<sup>260</sup> részben internalizálódik, ami a jogsértés mérlegelésének szükségszerűen figyelembe veendő szempontját képezi.

A fennmaradó kérdés tehát „csupán” az, hogy a Vt. rendszeréből fakadó érdekegyeztetési lehetőség elegendő-e a vélemény szabadság érvényesülésének biztosításához, vagy pedig szükséges ezenfelül egy nevesített korláttal további biztosítékot is építeni a hazai védjegy jog rendszerébe. Bár az Európai Unió dizájnreform-javaslatára<sup>261</sup> ez utóbbi megoldást választja – emlékeztetve, de nem megfelelően az Egyesült Államok *dilution* szabályozásának –, az uniós jogalkotó a védjegy jogban egyelőre nem látta szükségét egy újabb korlát bevezetésének (ennek körében szükséges hangsúlyozni, hogy a Lanham Act szerinti *infringement* tekintetében is csak az összetéveszthetőség megítélése körében értékeli a paródiát, ezen jog alap tekintetében önálló korlátozást nem vezet be).

Álláspontunk szerint a védjegy jogi jogsértés tekintetében önálló kivétel (paródiakivétel) szabályozása a Vt. rendszerén belül nem ördögtől való gondolat, ugyanakkor nem is szükségszerű: a hazai védjegyszabályozás dogmatikai rendszere legalább részben kezeli a paródia kérdését, jelenleg pedig nem tisztázható egyértelműen, hogy a vélemény nyilvánításnak van-e olyan, védendő aspektusa, amely kizárólag nevesített kivétel útján biztosítható. Nem kizárt, hogy ezen kérdés tisztázása egy újabb védjegyreform során, az uniós jogalkotás keretében valósulhatna meg, amely egyúttal a tagállamok szabályozási megoldásainak harmonizációját<sup>262</sup> is szem előtt tartaná (illetve választ adhatna arra a kérdésre is, hogy a Deckmyn-döntés mennyiben irányadó az iparjogvédelem területén).

Mindezt leszögezve, álláspontunk szerint ugyanakkor a védjegyoltalmak területén is megjelenítésre kerülő paródiakivétel potenciálisan *bírhathozzáadott* értékkel: a szabályozás révén a szólásszabadságnak és a művészi kreativitásnak is teret engedő, a normavilágosság követelményének maximálisan eleget tevő – és az egyensúlyi helyzetet középpontba helyező – jogfejlődés mehetne végbe. Meglátásunk szerint – amennyiben erre szükség és igény mutatkozik – a konkrét szabályozás kidolgozása során megfelelő alappal lehetne támaszkodni az Egyesült Államok bírói gyakorlata által kimunkált jogértelmezési vívmányokra, valamint az egyensúlyi helyzet megteremtése érdekében jó hírű védjegyek védelmét is kiemelten kezelő szabályozásra fókuszáltan.

<sup>259</sup> *McGeveran*: i. m. (108), p. 726.

<sup>260</sup> Részletesen l. *Faludi Gábor*: A szerzői jog és az iparjogvédelem belső korlátjai. Jogtudományi Közlöny, 2006. 7–8. sz.

<sup>261</sup> DRD 18. cikk (1) bekezdés e) pont és DRR 20. cikk (1) bekezdés e) pont.

<sup>262</sup> Történetéről l. *Tattay Levente*: Versenyképesség és szellemi alkotások az Európai Unióban. Wolters Kluwer, Budapest, 2017, 4.5. alfejezetet.



## FORRÁSJEGYZÉK

### Tanulmányok, monográfiák

- Adelman, Emily: Trademark Parodies: When Is It OK to Laugh. *John Marshall Review of Intellectual Property Law*, Vol. 6, No. 1, 2006.
- Afori, Orit Fischman: The Evolution of Copyright Law and Inductive Speculations as to Its Future. *Journal of Intellectual Property Law*, Vol. 19, No. 2, 2012.
- Alexander, Miles J. – Heilbronner, Michael K.: An Analysis of the Dilution Section of the Restatement (Third) of Unfair Competition. *South Carolina Law Review*, Vol. 47, No. 4, 1996.
- Baranyi Róbert – Ujhelyi Dávid: A digitális szerzői jogi szabályozás legújabb lépcsője – a CDSM-irányelv átültetésének háttere és eredményei. *Fontes Iuris*, 2021/3.
- Bartow, Ann: Bloodsucking Copyright. *Maryland Law Review*, Vol. 70, 2011.
- Bell, Bobby: The First Amendment Right to Free Speech and Trademark Parodies. *Journal of Contemporary Legal Issues*, Vol. 12, No. 1, 2001.
- Black, Cheryl L. – Brockman, Sharra S.: Getting the Last Laugh out of Trademark Parody. *Landslide*, Vol. 4, No. 3, 2012.
- Blanke, Jordan M.: Victor's Little Secret: Supreme Court Decision Means More Protection for Trademark Parody. *Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal*, Vol. 13, No. 4, 2003.
- Bodenbach, Kathleen: The Trademark Dilution Revision Act's Nullifying Effect on Famous Mark Holder's Dilution Claims. *Marquette Intellectual Property Law Review*, Vol. 23, No. 1, 2019.
- Bodla, Niharika: Comparative Advertising and Trademark Infringement. *International Journal of Law Management & Humanities*, No. 3, 2020.
- Bradford, Laura R.: Parody and Perception: Using Cognitive Research to Expand Fair Use in Copyright. *Boston College Law Review*, No. 46, 2005.
- Cantwell, Michael K.: Confusion, Dilution and Speech: First Amendment Limitations on the Trademark Estate: An Update. *The Trademark Reporter*, Vol. 94, No. 3, 2004.
- Celniker, Jonathan Roy: Trademark Parody Unplugged. *Entertainment and Sports Lawyer*, Vol. 14, No. 1, 1996.
- Crittenden, David R.: Copyright Law – Fair Use Privilege – In an Action for Copyright Infringement, the Commercial Nature of a Song Parody Does Not Invoke a Presumption against a Finding of Fair Use. *Seton Hall Law Review*, Vol. 25, No. 3, 1995.
- Dagitz, Mark A.: Trademark Parodies and Free Speech: An Expansion of Parodists' First Amendment Rights in *L.L. Bean, Inc. v. Drake Publishers, Inc.* *Iowa Law Review*, Vol. 73, No. 4, 1988.
- Daneils, Leon E.: Words Worth Millions – Their Origin and Ancestry. *TM Bulletin*, No. 23, 1928.
- Del Pizzo, Nancy A.: Craft a Stronger Defense by Distinguishing Parody from Satire. *Intellectual Property Litigation*, Vol. 26, Iss. 2, 2015.

- Diamond, Sidney A.: The Historical Development of Trademarks. *The Trademark Reporter*, Vol. 73, No. 3, 1983.
- Dogan, Stacey L. – Lemley, Mark A.: Parody as Brand. *Trademark Reporter*, Vol. 105, 2015.
- Dopson, Natalie A.: The Federal Trademark Dilution Act and Its Effect on Parody: No Laughing Matter. *Journal of Intellectual Property Law*, Vol. 5, No. 2, 1998.
- Duvall, Mikhaïla: A Good Day to Be a Bad Spaniel: Broadening the Application of the Rogers Test. *UIC Review of Intellectual Property Law*, Vol. 21, No. 2, 2022.
- Eko, Lyombe: Trademark Parody and the Mass Media: Going beyond Survey Evidence in the Determination of a Likelihood of Confusion. *Communication Law and Policy*, Vol. 3, No. 4, 1998.
- Faludi Gábor: A paródia a szerzői jogban. In: Kőhidi Ákos – Keserű Barna Arnold (szerk.): *Tanulmányok a 65 éves Lenkovich Barnabás tiszteletére*. Győr; Budapest: Eötvös József Könyv-és Lapkiadó, 2015.
- Faludi Gábor: A szerzői jog és az iparjogvédelem belső korlátjai. *Jogtudományi Közlöny*, 2006/7–8.
- Fernandez-Mora, Alvaro: A Counterintuitive Approach to the Interaction between Trademarks and Freedom of Expression in the US and Europe: A Two-Way Relationship. *Berkeley Journal of International Law*, Vol. 39, No. 2, 2021.
- Fischer, Lucas: Parody and Trademarks: A Comparative Analysis of EU and US Legislation and Case Law. *TTLF Working Papers*, No. 79, 2021.
- Flegal, Robyn M.: Diametrically Opposing Viewpoints – Why Polar Opposites Should Not Attract the Parody Label Under the Fair Use Exception to Copyright Infringement. *Journal of Intellectual Property Law*, Vol. 21, 2013.
- Fletcher, Anthony L.: The Product with the Parody Trademark: What's Wrong with Chewy Vuiton. *The Trademark Reporter*, Vol. 100, No. 5, 2010.
- Gardner, J. Steven: Trademark Infringement, Likelihood of Confusion, and Trademark Parody: Anheuser-Busch, Inc. v. L & L Wings, Inc. *Wake Forest Law Review*, Vol. 28, No. 3, 1993.
- Gaziano, Frank M.: Constitutional Law – Application of Antidilution Statute to Noncommercial Trademark Parody Offends First Amendment. *Suffolk University Law Review*, Vol. 22, No. 3, 1988.
- Gold, Sara: Does Dilution Dilute the First Amendment: Trademark Dilution and the Right to Free Speech after Tam and Brunetti. *IDEA: The Law Review of the Franklin Pierce Center for Intellectual Property*, Vol. 59, No. 3, 2019.
- Gold, Sara: Honey Badger Don't Care, but the Legal Community Does. *Wake Forest Journal of Business and Intellectual Property Law*, Vol. 19, No. 4, 2019.
- Gödölle István: Közrendbe vagy közérkölsbe ütközés a védjegyjogban. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2013/4.
- Green, Taylar E.: The Rogers Test Dances between Trademark Protection under the Lanham Act and Freedom of Speech under the First Amendment. *The Trademark Reporter*, Vol. 112, No. 5, 2022.
- Gunnell, Justin J.: Evaluation of the Dilution-Parody Paradox in the Wake of the Trademark Dilution Revision Act of 2006. *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, Vol. 26, No. 2, 2008.

- Hartnick, Alan J.: Summary Judgement in Copyright: From Cole Porter to Superman. *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, Vol. 3, No. 1, 1984.
- Kampantai, Andromachi: Trademark Parody: Limit to the Concept of Dilution or Inherent Right of the Public. *Legal Issues Journal*, Vol. 3, No. 1, 2015.
- Karol, Peter J.: Albrecht Dürer Enforcement Actions: A Trademark Origin Story. *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*, Vol. 25, Iss. 3, 2023.
- Keller, Bruce P. – Bernstein, David H.: As Satiric as They Wanna Be: Parody Lawsuits under Copyright, Trademark, Dilution and Publicity Laws. *The Trademark Reporter*, Vol. 85, 1995.
- Keller, Bruce P. – Tushnet, Rebecca: Even More Parodic than the Real Thing: Parody Lawsuits Revisited. *The Trademark Reporter*, Vol. 94, 2004.
- Kemp, Deborah J. – Forsythe, Lynn M. – Ida M. Jones: Parody in Trademark Law: Dumb Starbucks Makes Trademark Law Look Dumb. *The John Marshall Review of Intellectual Property Law*, No. 14, 2015.
- Keserű Barna Arnold: Összetéveszhető? A védjegyek összetéveszhetőségének pozitív jogi és pszichológiai háttere az USA-ban, az Európai Unióban és Magyarországon. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2012/1.
- Koetz Wildt, Lisa: *Placing humor in its right place: the need of a distinctive parody exception within EU Trademark Law*. Master's Thesis, Uppsala Universitet, Department of Law, 2017.
- Koltay András: A becsület, a jó hírnév és az emberi méltóság fogalmi elhatárolása a magyar magánjogban. In: Koltay András – Darák Péter (szerk.): *Ad Astra Per Aspera: Ünnepi kötet Solt Pál 80. születésnapja alkalmából*. Pázmány Press, Budapest, 2017.
- Koltay András: A gyűlöletbeszéd korlátozásának elméleti szempontjai. *Iustum Aequum Salutare*, 2011/3.
- Koltay András: A közéleti szereplők hírnév- és becsületvédelme Európában. In: Pogácsás Anett (szerk.): *Quaerendo et creando. Ünnepi kötet Tattay Levente 70. születésnapja tiszteletére*. Szent István Társulat, Budapest, 2014.
- Laketic, Jelena: Jack Daniel's vs. Bad Spaniels – Does a Dog Toy Get Heightened First Amendment Protection? *Berkeley Technology Law Journal*, Vol. 37, No. 4, 2022.
- Lampke, Monique Bradley: Why the Fair Use Defense of Free Speech or Parody Under the Anticybersquatting Consumer Protection Act Needs Judicial Review by the United States Supreme Court. *Minnesota Journal of Law Science & Technology*, Vol. 11, No. 1. 2010.
- Langvardt, Arlen W.: Protected Marks and Protected Speech: Establishing the First Amendment Boundaries in Trademark Parody Cases. *The Trademark Reporter*, Vol. 82, No. 5, 1992.
- Lemley, Mark A. – McKenna, Mark: Irrelevant Confusion. *Stanford Law Review*, Vol. 62, No. 2, 2010.
- Levin, Bob: *The Pirates and the Mouse – Disney's War Against the Counterculture*. Fantagraphics Books, 2003.
- Levy, Keren: Trademark Parody: A Conflict between Constitutional and Intellectual Property Interests. *George Washington Law Review*, Vol. 69, No. 3, 2001.

- Little, Laura E.: Regulating Funny: Humor and the Law. *Cornell Law Review*, Vol. 94, 2009.
- López, Marta Carmona: *Should European Trade Mark Law Include an Explicit Parody Exception as a Limitation to Trade Mark Rights? A focus on consumers of trade marks with reputation*. Master's Thesis, Uppsala Universitet, Department of Law, 2019.
- Lozano, Daniela Molano: The Parody Defense against Trademark Bullies: Analysis of the Louis Vuitton vs. Mob Case. *Revista la Propiedad Inmaterial*, No. 24, 2017.
- Martin-Bariteau, Florian: The Idea of Property in Intellectual Property. *U.B.C. Law Review*, Vol. 52, No. 3, 2019.
- Mastrullo, D.V.L.: Trademark Parody Litigation and the Lanham Act: Fitting a Square Peg in a Round Hole. *University of Cincinnati Law Review*, Vol. 54, No. 4, 1986.
- Matenaer, Paul M.: Never Tell Me the Odds: How to Avoid Infringement When Alluding to Copyrighted Works in Branding. *Chicago-Kent Journal of Intellectual Property*, Vol. 22, No. 1, 2022.
- McBride, David: Same Song, Different Verse – Parody as Fair Use After Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc. *Oklahoma Law Review*, Vol. 48, 1995.
- McCarthy, Kathleen E.: Free Ride or Free Speech: Predicting Results and Providing Advice for Trademark Disputes Involving Parody. *The Trademark Reporter*, Vol. 109, No. 4, 2019.
- McGeeveran, William: The Imaginary Trademark Parody Crisis (and the Real One). *Washington Law Review*, Vol. 90, 2015.
- Mead, Frank: Cocaine, Coffee Mugs, Sex, and Bug Killing Floor Wax: Welcome to the Realm of Parody and the Likelihood of Confusion. *Thomas Jefferson Law Review*, Vol. 21, No. 2, 1999.
- Menell, Peter S.: Adapting Copyright for the Mashup Generation. *University of Pennsylvania Law Review*, Vol. 164, 2016.
- Merchant, John H.: Trade Marks – Past and Present. *Journal of the Patent Office Society*, Vol. 36, No. 5.
- Mészáros Katalin: Védjegyhígítás az Európai Unióban és az Amerikai Egyesült Államokban. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2005/3.
- Mezei Péter: Mitől fair a fair? Szerzői művek felhasználása a fair use-teszt fényében. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2008/6.
- Mohan, M, p. Ram – Gupta, Aditya: Litigating Barbie: Trademark Infringement, Parody and Free Speech. *Delaware Journal of Corporate Law*, Vol. 47, No. 1, 2022.
- Munkácsi Péter: A közismert és jó hírű védjegyek az Európai Bíróság „General Motors Corporation v. Yplon SA (Chevy) döntése tükrében. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2000/2.
- Murray, Michael D.: Trademarks, NFTs, and the Law of the Metaverse. *Arizona Law Journal of Emerging Technologies*, Vol. 6, No. 3, 2023.
- Myers, Gary: Trademark Parody: Lessons from the Copyright Decision in Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc. *Law and Contemporary Problems*, Vol. 59, No. 2, 1996.
- Ochoa, Tyler Trent: Dr. Seuss, the Juice and Fair Use: How the Grinch Silenced a Parody. *Copyright Society of the U.S.A. Journal*, Vol. 45, 1998.
- Palágyi Tivadar: Külföldi hírek az iparjogvédelem területéről. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2004/1.

- Palágyi Tivadar: Külföldi hírek az iparjogvédelem területéről. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2003/3.
- Partridge, Mark V. B.: Trademark Parody and the First Amendment: Humor in the Eye of the Beholder. *John Marshall Law Review*, Vol. 29, No. 4, 1996.
- Perez, Steven M.: Confronting Biased Treatment of Trademark Parody Under the Lanham Act. *Emory Law Journal*, Vol. 44, No. 4, 1995.
- Peukert, Alexander: Territoriality and Extraterritoriality in Intellectual Property Law. In: Günther Handl – Joachim Zekoll – Peer Zumbansen (szerk.): *Beyond Territoriality: Transnational Legal Authority in an Age of Globalization*. Brill Academic Publishing, Leiden-Boston, 2012.
- Pogácsás Anett – Ujhelyi Dávid: *Szellemi alkotások joga*. Pázmány Press, Budapest, 2022.
- Pogácsás Anett: A digitális mű integritásvédelmének aktuális kérdései. In: Grad-Gyenge Anikó – Kabai Eszter – Menyhárd Attila (szerk.): *Liber Amicorum – Studia G. Faludi Dedicata: Ünnepi tanulmányok Faludi Gábor 65. születésnapja tiszteletére*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2018.
- Pogácsás Anett: Az internetfolklor szerzői jogi megítélése és annak hatása a szólásszabadságra. *In Medias Res*, 2023/1.
- Pogácsás Anett: Érték és szabadság. *Iustum Aequum Salutare*, 2016/1.
- Pogácsás Anett: *Különbözőség az egységben – A szerzői jogi szabályozás differenciálódásának hatása a jogterület szerepére és hatékonyságára*. Pázmány Press, Budapest, 2017.
- Prowda, Judith B.: Parody and Fair Use in Copyright Law: Setting a Fairer Standard in *Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc.* *Communications and the Law*, Vol. 17, 1995.
- Puskás Zoltán: Az e-kereskedelmet érintő legutóbbi védjegybitorlási perek bírósági gyakorlatának áttekintése. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2023/5.
- Ramalho, Ana: Parody in Trademarks and Copyright: Has Humour Gone Too Far? *Cambridge Student Law Review*, Vol. 5, 2009.
- Robinson, David Alain: A Fair Use Analysis of Trademark Parody: *Cliffs Notes, Inc. v. Bantam Doubleday Dell Publishing Group*. *Loyola Entertainment Law Journal*, Vol. 11, No. 1, 1991.
- Rodin, Sinisa: Constitutional Relevance of Foreign Court Decisions. *The American Journal of Comparative Law*, Vol. 64, No. 4, 2016.
- Rogers, Alexander H. – Bencivengo, Cathy Ann: *Dr. Seuss v. Penguin Books: Would-be Parody Fails to Meet the Targeting Requirement*. *IPL Newsletter*, Vol. 15, No. 3, 1997.
- Sadurski, Wojciech: Allegro without Vivaldi: Trademark Protection, Freedom of Speech, and Constitutional Balancing. *European Constitutional Law Review*, Vol. 8, No. 3, 2012.
- Said, Zahr K.: Fair Use in the Digital Age, and *Campbell v. Acuff-Rose* at 21. *Washington Law Review*, Vol. 90, 2015.
- Schapiro, Jodi Lauren: Trademark Infringement: Pursuing Colorable Claims May Result in Paying King Size Damages. *Loyola Entertainment Law Journal*, Vol. 7, No. 1, 1987.
- Schechter, Frank I.: The Rational Basis of Trademark Protection, *Harvard Law Review*, Vol. 40, 1926.

- Schuler, Anna: Insta-Appropriation – Finding Boundaries for the Second Circuit’s Fair Use Doctrine after Campbell. *Fordham Law Review*, Vol. 85, 2016.
- Shaughnessy, Robert J.: Trademark Parody: A Fair Use and First Amendment Analysis. *Virginia Law Review*, Vol. 72, No. 6, 1986.
- Shipley, David E.: A Dangerous Undertaking Indeed: Juvenile Humor, Raunchy Jokes, Obscene Materials and Bad Taste in Copyright. *Kentucky Law Journal*, Vol. 98, 2010.
- Simon, David A.: Reasonable Percetion and Parody in Copyright Law. *Utah Law Review*, No. 3, 2010.
- Simon, David A.: The Confusion Trap: Rethinking Parody in Trademark Law. *Washington Law Review*, Vol. 88, No. 3, 2013.
- Sites, Brian: Fair Use and the New Transformative. *Columbia Journal of Law & the Arts*, Vol. 39, 2016.
- Skoch, Greg: Commercial Trademark Parody: A Creative Device Worth Protecting. *Kansas Journal of Law & Public Policy*, Vol. 9, No. 2. 2000.
- Somogyi Viktória: A védjegy szerepe a vállalati siker elérésében. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2021/4.
- Sulyok Ádám Miklós: A szerzői jog megjelenése a védjegyjogban – I. rész. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2019/3.
- Taran, Jessica: Dilution by Tarnishment: A Case for Vulgar Humor. *Intellectual Property Law Bulletin*, Vol. 7, No. 1, 2002.
- Tasker, Tyrone: Parody or Satire as a Defense to Trademark Infringement. *The Trademark Reporter*, Vol. 77, No. 3, 1987.
- Tattay Levente: *Versenyképesség és szellemi alkotások az Európai Unióban*. Wolters Kluwer, Budapest, 2017.
- Thornton, Patrick K.: Cultural Behemoths Collide – Carol Burnett v. Family Guy. *Entertainment and Sports Lawyer*, Vol. 25, No. 3, 2007.
- Tóth Andrea Katalin: Az európai szerzői jogi harmonizáció és a territorialitás kérdése. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2016/4.
- Tushnet, Rebecca: My Fair Ladies: Sex, Gender, and Fair Use in Copyright. *American University Journal of Gender, Social Policy & the Law*, Vol. 15, No. 2, 2007.
- Ujhelyi Dávid: „Do you want some ’Tegridy?’” A paródiacélú felhasználások megítélése a szerzői személyhez fűződő jogok tükrében. *In Medias Res*, 2020/1.
- Ujhelyi Dávid: „That escalated quickly”, avagy a háromlépcsős teszt és a paródia kapcsolódási pontjai – I-II. rész. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2019/6-2020/1.
- Ujhelyi Dávid: *A paródiakivétel szükségessége és lehetséges keretrendszere a hazai szerzői jogban*. Ludovika Egyetemi Kiadó, 2021.
- Ujhelyi Dávid: A politikai paródia célját szolgáló felhasználások szerzői jogi megítélése. *In Medias Res*, 2022/1.

- Ujhelyi Dávid: Értem a viccet, csak nem szeretem, avagy van-e szükség paródiakivételre a magyar szerzői jogban? *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2017/3.
- Ujhelyi Dávid: Rossz vicc? A szűkebb értelemben vett paródia megítélése a magyar szerzői jogban. In: Koltay András – Darák Péter (szerk.): *Ad Astra Per Aspera : Ünnepi kötet Solt Pál 80. születésnapja alkalmából*. Pázmány Press – Kúria, 2017.
- Ujhelyi Dávid: The Long Road to Parody Exception in Hungarian Copyright Law – An Explorer’s Log. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2022/2.
- Vashko, Robert E.: Exploitation of the Comic Book Superhero. *Loyola Intellectual Property & High Technology Law Quarterly*, No. 3, 1998.
- Vida Sándor: A jó hírű védjegy mint kizáró ok a védjegyjogban. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2013/6.
- Vida Sándor: A magyarországi védjegyoltalom története. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2012/4.
- Vida Sándor: Árujelzők az ókorban. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2020/3.
- Vida Sándor: Az európai védjegy jog felülvizsgálata – a Max Planck-tanulmány visszhangja. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2012/5.
- Vida Sándor: Egy jó hírű, híres védjegy – The Beatles. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2014/2.
- Vida Sándor: Emberi jogok és védjegyek. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2015/4.
- Vida Sándor: Más jó hírű védjegyének használata – alapos ok fennforgása esetén: Red Bull. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2014/4.
- Vida Sándor: Védjegyhasználat összehasonlító listákkal való reklámozásnál. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2011/1.
- Warrington, Tara M.: Harry Potter and the Doctrine of Fair Use – Conjuring a New Copyright Complaint. *Florida Coastal Law Review*, Vol. 10, 2009.
- Watt, Andrew: Parody and Post-Modernism: The Story of Negativland. *Columbia Journal of Law & The Arts*, Vol. 25, No. 2, 2002.
- Welkowitz, David S.: Trademark Parody after Hustler Magazine v. Falwell. *Communications and the Law*. Vol. 11, No. 4, 1989.
- Wogon, Olivia: Trademark Infringement after VIP Products v. Jack Daniel’s: Is Imitation Really the Sincerest Form of Flattery? *Houston Law Review*, Vol. 60, No. 4, 2023.
- Zekos, Georgios I.: Copyrights and Trademarks in Cyberspace: A Legal and Economic Analysis. *Chicago-Kent Journal of Intellectual Property*, Vol. 15, No. 1, 2016.

## Nemzetközi jogforrások

- A szellemi tulajdonjogok kereskedelmi vonatkozásairól szóló megállapodás (The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)
- Az ipari tulajdon oltalmáról szóló Párizsi Uniós Egyezmény

## Uniós jogforrások

- A digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról szóló (EU) 2019/790 irányelv
- A közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i, (EK) 40/94 tanácsi rendelet
- A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2015. december 16-i, (EU) 2015/2436 európai parlamenti és tanácsi irányelv
- A védjegyekre vonatkozó tagállami szabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i, (EGK) 89/104/EGK tanácsi irányelv
- Az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14.-i, (EU) 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet
- Az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló, 2001. május 22-i, 2001/29/EK parlamenti és tanácsi irányelv

## Az EUB döntései

- C-201/13. Johan Deckmyn v Vrijheidsfonds VZW kontra Helena Vandersteen és társai, ECLI:EU:C:2014:2132
- C-206/01 Arsenal Football Club plc v Matthew Reed
- C-236/08–C-238/08. Google France SARL és Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA és társai.
- C-24/16. és C-25/16. sz. Nintendo egyesített ügyekben hozott ítélet, ECLI:EU:C:2017:724
- C-251/95. SABEL BV kontra Puma AG, Rudolf Dassler Sport
- C-301/07. sz. PAGO International GmbH kontra Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH-döntés
- C-342/97. Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel BV
- C-39/97. sz. Canon Kabushiki Kaisha kontra Metro-Goldwyn-Mayer-ügy

## Egyéb uniós források

- Az Európai Parlament és a Tanács irányelv-javaslat a digitális egységes piacon a szerzői jogról (a továbbiakban: DSM-javaslat). COM(2016) 593 final, 2016. szeptember 14.
- Az Európai Parlament és a Tanács Irányelvjavaslat a formatervezési minták oltalmáról. Brüsszel, 2022.11.28. COM (2022) 667 final
- Az Európai Parlament és a Tanács Rendeletjavaslat a közösségi formatervezési mintáról szóló 6/2002/EK tanácsi rendelet módosításáról és a 2246/2002/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről. Brüsszel, 2022.11.28. COM (2022) 666 final
- Pedro Cruz Villalón főtanácsnok indítványa a C-201/13. sz. ügyben



## Az Egyesült Államok jogforrásai

- Federal Trademark Dilution Act of 1995. Pub. L.Tooltip Public Law (United States) 104–98
- Lanham (Trademark) Act. Pub. L.Tooltip Public Law (United States) 79–489, 60 Stat. 427, enacted July 5, 1946, codified at 15 U.S.C. § 1051 et seq. (15 U.S.C. ch. 22)
- Trademark Dilution Revision Act of 2006. H.R. 683, Pub. L.Tooltip Public Law (United States) 109–312.

## Az Egyesült Államok bírói fórumainak döntései

- AMF Inc. v. Sleekcraft Boats, 599 F.2d 341 (9th Cir. 1979)
- Anheuser-Busch, Inc. v. VIP Prods. LLC, 666 F. Supp. 2d 974 (E.D. Mo. 2008)
- Bourne Co. v. Twentieth Century Fox Film Corp., a továbbiakban: Family Guy. 602 F. Supp.2d 499 (2009)
- Burnett v. Twentieth Century Fox Film Corp. 491 F. Supp. 2d 962, Jun 4, 2007
- Campbell v. Acuff-Rose Music, (92-1292), 510 U.S. 569 (1994.)
- CCA & B, LLC v. F + W Media Inc., 819 F. Supp. 2d 1310, 1315 (N.D. Ga. 2011)
- Coca-Cola Co. v. Gemini Rising, Inc. 346 F. Supp. 1183 (E.D.N.Y. 1972)
- Dallas Cowboy Cheerleaders, Inc. v. Pussycat Cinema, Ltd. 604 F.2d 200, 202 203 (2d Cir. 1979)
- Davis v. Walt Disney Co. , 430 F.3d 901, 903 (8th Cir. 2005)
- Dr. Seuss Enters., LP v. Penguin Books USA, Inc., a továbbiakban: Seuss. 109 F.3d 1394 (9th Cir. 1997)
- Gen. Elec. Co. v. Alumpa Coal Co., No. 79-1815, 1979 U.S. Dist. LEXIS 9197, at \*2, 4 5, D. Mass. Oct. 12, 1979
- Girl Scouts of the U.S. v. Personality Posters Mfg. Co., 304 F. Supp. 1228, 1231, 1233-34 (S.D.N.Y. 1969)
- Hormel Foods Corp. v. Henson Prods., Inc., 73 F.3d 497, 508 (2d Cir. 1996)
- Hustler Magazine, Inc. v. Moral Majority Inc. 796 F.2d 1148 (9th Cir. 1986)
- Jordache Enters. v. Hogg Wyld, Ltd., 828 F.2d 1482, 1483 (10th Cir. 1987)
- L.L. Bean v. Drake Publishing, Inc., 811 F.2d 26, 34 (1st Cir. 1987)
- Louis Vuitton Malletier S.A. v. Haute Diggity Dog, LLC, 507 F.3d 252, 252 (4th Cir. 2007)
- Lucasfilm Ltd. v. Media Market Group, Ltd. No. C 01-04041 CW (N.D. Cal. Jan. 8, 2002)
- Mattel, Inc. v. MCA Records, Inc., 28 F. Supp. 2d 1120, 1125 (C.D. Cal. 1998)
- Mattel, Inc. v. Walking Mountain Prods., 353 F.3d 792 (9th Cir. 2003)
- Moseley v. V Secret Catalogue, Inc., 537 U.S. 418, 431 (2003)

- People for the Ethical Treatment of Animals v. Doughney („PETA”), 263 F.3d 359, 366 (4th Cir.2001)
- Pizzeria Uno Corp. v. Temple. 747 F.2d 1522 (4th Cir. 1984) 224 U.S.P.Q. 185
- Planned Parenthood Federation of America v. Bucci [Planned Parenthood Fed’n of Am., v. Bucci, No. 97 Civ. 0629, 1997 U.S. Dist. LEXIS 3338 (S.D.N.Y. Mar. 19, 1997), aff’d, No. 97-7492, 1998 U.S. App. LEXIS 22179 (2d Cir. Feb. 9, 1998)
- Polaroid Corp. v. Polarad Electronics Corp., 287 F.2d 492, 495 (2d Cir.), cert. denied, 368 U.S. 820 (1961)
- Radiance Foundation, Inc. v. National Association for the Advancement of Colored People (NAACP)] Radiance Found., Inc., 2014 U.S. Dist. LEXIS 57431, at \*4
- Smith v. Wal Mart Stores, Inc., 475 F. Supp. 2d 1318, 1320 (N.D. Ga. 2007)
- Tana v. Dantanna’s. 611 F.3d 767 (11th Cir. 2010)
- Tommy Hilfiger Licensing, Inc. v. Nature Labs, LLC, 221 F. Supp. 2d 410, 412 (S.D.N.Y. 2002)
- VIP Prods. LLC v. Jack Daniel’s Props., Inc. (a továbbiakban: Jack Daniel’s-ügy), 953 F.3d 1170, 1172 (9th Cir. 2020)
- Walt Disney Productions v. the Air Pirates. 581 F.2d 751 (9th Cir. 1978)
- Warner Brothers, Inc. v. American Broadcasting Companies, Inc. United States Court of Appeals for the Second Circuit 720 F.2d 231, 1983.

## Hazai jogforrások

- A formatervezési minták oltalmáról szóló 2001. évi XLVIII. törvény
- A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény és a szerzői jogok és a szerzői joghoz kapcsolódó jogok közös kezeléséről szóló 2016. évi XCIII. törvény jogharmonizációs célú módosításáról szóló 2021. évi XXXVII. törvény
- A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény
- A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény
- A védjegyekről szóló 1969. évi IX. törvény
- Az Általános Vám- és Kereskedelmi Egyezmény (a továbbiakban: GATT) keretében kialakított, a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó Marrakesh-i Egyezmény és mellékleteinek kihirdetéséről szóló 1998. évi IX. törvény
- Az ipari tulajdon oltalmára létesült uniós egyezmények 1967. július 14-én Stockholmban felülvizsgált, illetve létrehozott szövegének kihirdetéséről szóló 1970. évi 18. törvényerejű rendelet

## Az Alkotmánybíróság döntései

- 7/2013. (III. 1.) AB határozat
- 28/2013. (X. 9.) AB határozat
- 3/2015. (II. 2.) AB határozat
- 17/2019/AB határozat

### Hazai bírósági döntések

- BDT 2020.2. *Bírósági Döntések Tára*, 2020/1.
- Fővárosi Ítéltábla 8.Pf.20.424/2019/5.
- Fővárosi Törvényszék 3.P.23.174/2018/26.

### Az ISZT szakvéleménye

- ISZT-12/2016.

### Internetes források

- Bebakova, Timea: 20 Highest-Grossing Movie Franchises of All Time. *Movieweb.com*, 2023. szeptember 24.
- Czeglédi Ádám Sándor: Case law update – az elmúlt egy év legfontosabb védjegyjogi tárgyú döntései Magyarországon és az EU-ban. *MIE Konferencia előadás*, 2019. november 21.
- Mezei Péter: Vicces kedvében van az Európai Unió Bírósága. *Szerzői jog a XXI. században*, blogbejegyzés, 2014. szeptember 10.
- Ujhelyi Dávid: Paródiával kapcsolatos döntés született Magyarországon. *Copy21 blog*, 2020. május 3.

### Egyéb források

- Löbrau. *Futurama.fandom.com*